

UNIVERSITE DE PARIS — FACULTE DE DROIT

De la Liberté à la Réglementation

dans les

ENTREPRISES COMMERCIALES D'ALIMENTATION

THÈSE POUR LE DOCTORAT

Présentée et soutenue le 6 Juin 1942, à 14 heures

PAR

Robert TOUZ

Président : M. BAUDIN, Professeur

Suffragants : MM. FROMONT, Professeur
MARCHAL, Professeur

IMPRIMERIE
DU COMPTOIR ARMORICAIN
MORLAIX

1 9 4 2

Nom du candidat : **TOUZ**

Prénom : **Robert**

Date de la soutenance : 6 Juin 1942 , 14 heures

N° d'ordre : 44

TOUZ (Robert) — De la liberté à la réglementation dans les entreprises commerciales d'alimentation. Morlaix, Imp. Comptoir Armoricaïn 1942, in 8°, 200 pages .

(Thèse de droit, Paris 1942, N°44)

TOUZ (Robert) — De la liberté à la réglementation dans les entreprises commerciales d'alimentation. Morlaix, Imp. Comptoir Armoricaïn 1942, in 8°, 200 pages ,

(Thèse de droit , Paris 1942 N° 44)

TOUZ (Robert) — De la liberté à la réglementation dans les entreprises commerciales d'alimentation Morlaix, Imp. Comptoir Armoricaïn 1942, in 8°, 200 pages .

(Thèse de droit, Paris 1942, N° 44)

TOUZ (Robert) — De la liberté à la réglementation dans les entreprises commerciales d'alimentation. Morlaix, Imp. Comptoir Armoricaïn 1942, in 8°, 200 pages ,

(Thèse de droit , Paris 1942 N° 44)

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

De la Liberté à la Réglementation
dans les
ENTREPRISES COMMERCIALES D'ALIMENTATION



Digitized by the Internet Archive
in 2026

De la Liberté à la Réglementation

dans les

ENTREPRISES COMMERCIALES D'ALIMENTATION

THÈSE POUR LE DOCTORAT

Présentée et soutenue le 6 Juin 1942, à 14 heures

PAR

Robert TOUZ

Président : M. BAUDIN, Professeur

Suffragants : MM. FROMONT, Professeur
MARCHAL, Professeur

IMPRIMERIE
DU COMPTOIR ARMORICAIN
MORLAIX

1 9 4 2



INTRODUCTION

Plusieurs ouvrages, livres et thèses ont déjà été consacrés à l'étude du commerce. Certains auteurs en ont fait une analyse économique et en ont examiné les différents aspects dans une vaste vue d'ensemble. D'autres, au contraire, ont eu pour but de leurs travaux, une étude spécialisée : c'est tantôt l'apologie du commerce, tantôt l'analyse de certains aspects particuliers de l'activité commerciale, des méthodes de vente par exemple, ou encore de la législation propre au commerce.

Le sujet que nous présentons est inspiré par les circonstances actuelles qui remettent en pleine actualité la question d'une rénovation de notre structure économique et sociale. Nous bornerons notre examen aux entreprises commerciales d'alimentation : remarquons toutefois que les indications que nous donnerons, au cours de cette étude, seront bien souvent applicables à toutes les autres sortes d'entreprises commerciales. Mais nous voulons surtout examiner le problème dans ce qu'il a de caractéristique dans le domaine de l'alimentation.

Nous nous proposons d'étudier, dans ce cadre, le principe de la liberté commerciale : abordant le sujet à l'époque de la Révolution, nous verrons quelles furent les suites logiques de ce principe et les conséquences que l'on put en tirer. Aussi ferons-nous un examen détaillé :

1° Du principe lui-même,

2° de ses conséquences immédiates :

a) la libre concurrence,

b) Les différentes méthodes de vente auxquelles donna naissance le principe ci-dessus.

Nous aurons là l'occasion de voir que si certains procédés de vente sont logiques et normaux, d'autres sont de véritables abus de la grande liberté laissée aux individus et sont critiqués à juste raison.

Dans cette première partie, nous envisagerons une affaire en pleine activité dans des circonstances de temps normales.

Notre but est de considérer les entreprises commerciales dans leur vie même et de nous demander quelle est la meilleure politique à suivre : liberté ou réglementation.

Une entreprise commerciale est une affaire complexe exigeant organisation et méthode. Elle est caractérisée par le fait que l'individu accomplit des actes de commerce non d'une manière temporaire, mais habituelle, et en utilisant pour cette activité une organisation préalable. Il y a entreprise lorsque l'individu qui exécute ces actes de commerce exerce une véritable profession : il ne pourra donc y avoir entreprise dans le cas d'acte de commerce isolé.

Pour vivre et prospérer, le directeur ou le patron doit, à chaque instant, la suivre de très près. A moins de jouir d'un monopole, il faut qu'il sache non seulement ce qui se passe chez lui, mais aussi ce que font ses concurrents. La concurrence est, en effet, le propre du commerce. On estime à juste titre qu'elle constitue l'élément de progrès dans notre organisation économique. Grâce à la lutte qu'elle engendre, elle crée, d'une manière continue, les forces de rajeunissement nécessaire à toute activité.

Or, le commerce, plus encore que toute autre profession, a besoin d'activité, et toute activité saine mérite d'être encouragée. Même lorsqu'elle semble individuelle, elle présente un caractère social. Le progrès de la richesse de la société dépend de l'effort déployé par chacun pour atteindre un niveau d'existence plus élevé. L'initiative individuelle est à la base de toute vie économique. L'individu qui paraît travailler uniquement pour lui, qui semble n'avoir en vue que la satisfaction de ses besoins, n'en est pas moins un agent économique. Nous sommes tous dans des rapports étroits d'interdépendance. Aujourd'hui, plus encore qu'autrefois, nous dépendons les uns des autres. Plus la vie économique est organisée, plus les rapports entre les activités individuelles sont nécessaires.

Non seulement ces rapports sont indispensables, mais il faut encore que l'on comprenne le rôle de chaque individu en vue du bien-être collectif. Il ne faut pas critiquer pour le seul plaisir de la discussion. Combien de personnes considèrent les commerçants comme des êtres peu utiles et gagnant de l'argent beaucoup trop aisément. Or, ces gens ne connaissent rien du commerce : ils se contentent de baser leur opinion sur des signes extérieurs : un magasin où la clientèle est attirée leur paraît une affaire qui marche seule. Nous ne pouvons mieux faire qu'en citant M. Truchy (1) :

(1) Truchy, Cours d'Economie Politique, 1929, Tome I, page 286.

« Qu'il y ait des hommes spécialisés dans la fonction commerciale, c'est une application du principe si général de la division du travail, et cette autonomie de l'organisme commercial est d'autant plus conforme à la nature des choses que le marché est plus étendu, les besoins du public plus nuancés et plus complexes, les sources d'approvisionnement en matières premières et les débouchés ouverts aux produits fabriqués plus divers et plus éloignés.

L'opinion commune n'apprécie pas à sa valeur exacte le rôle économique du commerçant. Le commerçant n'est pas un intermédiaire passif : il sollicite la demande du consommateur, il la provoque par sa publicité, ses prospectus, ses affiches, ses agents : il prévoit, il interprète les besoins probables du public et même il les suggère en faisant fabriquer à l'avance des produits à quoi le public ne songeait pas et qui vont satisfaire des besoins ignorés de lui, hier, vulgarisés demain : novateur, parce que tout changement dans les besoins et les produits est pour lui une occasion de profit, le commerçant secoue l'inertie du public et l'entraîne à sa suite. On raisonne parfois comme si le commerce était dans le corps économique un organe inutile : cela témoigne de beaucoup d'irréflexion. Que la fonction commerciale absorbe dans certains cas trop d'activités humaines, c'est une autre question : cela peut d'ailleurs se rencontrer dans diverses branches de la production proprement dite. »

Cette question de la quantité de commerçants a souvent été à l'ordre du jour : on a maintes fois parlé du trop grand nombre de détaillants.

C'est là, d'ailleurs, une question que nous retrouverons au cours de notre étude.

Après avoir ainsi étudié le principe de liberté qui dominait notre économie commerciale, nous arriverons à la guerre de 1939.

Septembre 1939 marque une date historique dans le sort et les destinées de la France. Nous avons longtemps pensé ne plus être dans l'obligation d'entreprendre une nouvelle guerre, mais malheureusement nos espoirs furent déçus.

Comme en 1914, et même plus rapidement, puisque les réglementations prises alors avaient pu être jugées utiles ou non, le gouvernement se vit dans l'obligation d'adapter l'économie nationale aux dures nécessités que crée l'état de guerre. Utilisant les pleins pouvoirs que les Chambres lui avaient accordés, il prit par décrets-lois les mesures qu'il estima indispensables au maintien de la vie économique.

Dans toute période de tension, il y a réduction de la liberté et augmentation de la main-mise de l'Etat sur les diverses activités.

Puis c'est l'armistice : depuis cette date, la République française est devenue « l'Etat français », sous la haute autorité du maréchal Pétain.

Le régime politique sous lequel nous vivions fait l'objet de toutes les critiques. Chacun sent qu'il faut réformer. Mais que fera-t-on ? On voit déjà que le politique et l'économique sont toujours dans une étroite interdépendance. Nous n'aborderons pas le premier aspect. Seule la partie économique retiendra notre attention.

Déjà, avant 1939, l'interventionnisme, souvent qualifié d'autres noms, avait ses partisans. On note à son actif quelques réalisations que nous aurons l'occasion d'examiner. Dans les circonstances actuelles, la question individuelle passe au second plan. On parle et reparle de l'intérêt général. On ne veut plus considérer le seul bien-être de l'individu : on veut qu'il tienne ses droits d'une autorité supérieure et on fait appel à des idées anciennes qui mettent au premier rang la grande famille sociale.

On parle d'une refonte complète de la législation sur l'organisation des professions. L'économie dirigée et la corporation ont une vogue de plus en plus grande et la Charte du Travail, objet de la loi du 4 octobre 1941 (J. O. du 26 oct. 1941) nous donne des précisions sur les rapports qui uniront employeurs et employés.

Que doit-on penser de cette réforme ? Les réflexions de M. Pierre Jolly dans son livre « La mystique du corporatisme » ne sont-elles pas de pleine actualité, bien que publiées en 1935 ?

Nous envisagerons le problème sous l'angle commercial pur, mais sans pouvoir nous désintéresser toutefois du point de vue général et national.

Nous nous demanderons si cette poussée vers le corporatisme ne cache pas une offensive de l'Etatisme contre lequel les Français se sont souvent défendus.

Nous exposerons notre opinion sur les conséquences possibles d'une telle réforme.

En résumé, notre étude consistera, en partant du principe de liberté commerciale, à analyser les conséquences qui en résulteraient logiquement. Puis, après avoir commenté les diverses interventions de l'Etat dans le domaine commercial,

nous arriverons à l'époque actuelle qui doit marquer une étape dans la transformation de la structure économique française.

Nous nous proposons d'étudier le sujet indiqué en suivant le plan suivant :

— la première partie traitera de la liberté commerciale : nous examinerons dans un chapitre premier le principe de la liberté du commerce et de l'industrie; dans un chapitre II, la concurrence; dans un chapitre III, quelques méthodes de vente.

— la deuxième partie sera consacrée à la réglementation. Nous étudierons dans un chapitre premier les interventions de l'Etat; dans un chapitre II, la réglementation en période de guerre; enfin, dans un chapitre III, les tendances actuelles en ce qui concerne la future organisation professionnelle.

PREMIÈRE PARTIE

La Liberté Commerciale

CHAPITRE PREMIER

Le Principe

La fonction commerciale consiste à mettre les biens à la disposition de ceux qui les consomment : elle peut être remplie soit par les producteurs eux-mêmes, soit par des individus se spécialisant dans ce genre d'activité. On a coutume de réserver à ceux-ci le titre de commerçants, par opposition aux premiers qui, bien qu'accomplissant des opérations commerciales, restent principalement des fabricants. Le commerçant proprement dit est celui qui achète des produits pour les revendre sans leur faire subir, en principe, de transformations matérielles. Il est cependant hors de doute que certains transformateurs, le boulanger, par exemple, restent des commerçants.

Nous considérons d'ailleurs ici la définition classique, populaire du commerçant. Pour beaucoup de gens, le commerçant est celui qui a un magasin de vente et qui satisfait les demandes des acheteurs en leur fournissant pour un prix donné les marchandises qu'il a en rayon, en stock dans ce magasin. Le travail est rémunéré par le bénéfice qu'il prend et qui consiste dans la différence entre le prix d'achat et le prix de vente.

Remarquons que la définition juridique du commerçant est elle-même peu précisée par les textes. L'article premier du Code de Commerce indique que :

« Sont commerçants ceux qui exercent des actes de commerce et en font leur profession habituelle. »

Quant aux actes de commerce, les articles 632 et 633 du Code de Commerce en donnent une énumération qui n'est pas limitative.

« La loi répute acte de commerce : Tout achat de denrées et marchandises pour les revendre, soit en nature, soit après les avoir travaillées et mises en œuvre, ou même pour en louer simplement l'usage. »

Cet article omet la vente qui est précisément par excellence la réalisation, le but de l'acte commercial.

Nous n'insisterons pas sur ce point : ce qu'il faut uniquement retenir, c'est ce qui se dégage d'une façon générale de la notion du commerce :

Le commerçant joue dans la vie économique un rôle spécial d'intermédiaire qui n'a pas toujours été reconnu à sa juste valeur.

La fonction commerciale a fait l'objet de nombreuses discussions. On en trouve les échos dans les différentes doctrines économiques des XVIII^e et XIX^e siècles. Les Physiocrates estiment que seul le travail agricole crée plus de valeur qu'il n'en consomme. Ils considèrent que les industriels et les commerçants sont des classes stériles. Ils arrivent à la même conclusion que les libéraux : en effet, puisque le commerce et l'industrie représentent des activités ne créant pas de richesses, les physiocrates estiment que l'Etat ne doit pas les favoriser, c'est-à-dire qu'il ne doit pas intervenir dans l'ordre économique. Pour la doctrine libérale, il existe un ordre économique spontané qui se réalise par le libre jeu des intérêts individuels, sans que l'Etat ait besoin d'intervenir.

Adam Smith, en particulier, pense que les intérêts individuels laissés libres concourent à l'intérêt général. Dans cette doctrine fortement individualiste, la libre activité est conçue comme l'état normal des choses.

A l'opposé de ces doctrines libérales d'où découle le principe de liberté individuelle et commerciale, nous trouvons les doctrines socialistes.

Malgré de nombreuses différences dans les détails, ces doctrines se reconnaissent aux deux caractères suivants :

- 1° Elles n'admettent pas l'existence de l'ordre économique spontané;
- 2° Elles critiquent l'ordre social actuel dans ses données fondamentales, et

surtout elles impliquent la suppression totale ou partielle de la propriété privée. Elles estiment que seule l'intervention de l'Etat peut procurer aux individus le maximum de satisfaction.

Ainsi, les uns sont partisans de la liberté totale, les autres veulent une activité dirigée.

Certains auteurs sont même allés beaucoup plus loin et se sont attaqués à fond au commerce. Parmi les critiques les plus véhémentes, il faut citer celles de Charles Fourier (1772-1837). Il a traité les commerçants d'agents parasites et improductifs, d'ennemis naturels des fabriques, de corsaires industriels vivant aux dépens des producteurs. (1)

Ces critiques, qui visent l'ensemble du commerce, ne sont pas fondées : aujourd'hui, on reconnaît généralement la nécessité de la fonction commerciale. L'organisation commerciale, de même que toute autre organisation, a certainement des défauts : là comme ailleurs, la porte est ouverte aux abus. Il est nécessaire qu'une législation bien comprise satisfasse à la fois l'intérêt particulier et l'intérêt général.

En France, la question de la liberté commerciale, en ce qui concerne le choix et l'exercice des professions, est dominée par le principe de la liberté du travail. Ce principe, théoriquement proclamé dans la nuit du 4 août 1789, est consacré par l'article 7 de la loi des 2-17 mars 1791, ainsi conçu :

« Il est libre à toute personne de faire tel négoce, ou d'exercer telle profession, art ou métier qu'elle trouvera bon. »

Cette nouvelle réglementation mettait fin au régime des corporations de métier qui ne comportait pas la liberté de la profession.

Turgot avait déjà voulu abolir les corporations, maîtrises et jurandes, parce que « le droit de travailler est la propriété de tous et la première, la plus imprescriptible de toutes ». Par l'édit de 1766, il était décidé « qu'il serait libre à toute personne... d'embrasser et d'exercer dans notre bonne ville de Paris, toute espèce de commerce et telle profession d'art et métier que bon lui semblerait, même d'en réunir plusieurs ».

(1) Voir dans les « Œuvres choisies » de Fourier, le chapitre intitulé « Du Commerce ».

Mais cet édit allait à l'encontre de droits acquis dont les titulaires ne voulaient guère être privés : aussi le soulèvement fut tel qu'il fallut l'abroger la même année.

Remarquons que cet édit de Turgot, qui proclamait la liberté du commerce comme un droit naturel, interdisait, d'un autre côté, toute liberté d'association. Il était défendu aux maîtres et aux ouvriers « de former aucune association, ni assemblée entr'eux sous quelque prétexte que ce puisse être ».

Cette interdiction, même entre personnes exerçant un même métier, maintenue par la loi Le Chapelier (14-17 juin 1791), ne devait disparaître qu'avec la loi du 21 mars 1884 sur les syndicats professionnels.

Après 1791, les hommes sont libres de choisir leur profession, il leur est possible de posséder plusieurs exploitations professionnelles à la fois. La noblesse et la religion ne sont plus, comme autrefois, des obstacles à la qualité de commerçant. On se rappelle, en effet, que le fait d'exercer une profession lucrative était incompatible avec la qualité de noble.

Le travailleur salarié peut traiter avec n'importe quel patron pour le genre de travail qui lui convient le mieux. Celui qui veut exercer à son compte peut s'établir dans la localité qu'il choisit et entreprendre le métier qu'il désire.

Toutefois, tout cela est théorique : la liberté ne peut être complète. L'homme ne vit pas seul et l'existence sociale oblige à des contraintes auxquelles il est nécessaire de se soumettre. C'est pourquoi il n'a pas été possible de maintenir intacte la liberté de la profession. Il existe des professions dont l'exercice est subordonné à la possession de diplômes qui sont une preuve de capacité : c'est le cas des avocats, des médecins. D'autres ne peuvent être exercées que par un nombre limité de personnes : par exemple les notaires, les avoués, les agents de change.

Il y a des travaux particulièrement pénibles ou dangereux que la loi interdit à certaines catégories de travailleurs : les travaux souterrains des mines sont interdits par la loi française aux femmes et aux jeunes gens de moins de 16 ans.

Il y a enfin des activités qui ne peuvent exister qu'à la suite d'une autorisation ou une concession de l'Etat : c'est ce qui existe dans le droit positif français en ce qui concerne les établissements classés comme dangereux, incommodes et insalubres, les exploitations minières, les chemins de fer.

Du point de vue commercial pur, les restrictions à la liberté de la profession

sont moins apparentes. En principe, tout individu peut créer le commerce qu'il désire. Ce que l'on exige, ce sont de simples formalités de déclaration ou d'inscription près de certaines Administrations, Contributions directes ou indirectes, Tribunaux de commerce.

Une fois le commerce créé, l'individu dirige son affaire comme il l'entend. Il choisit son personnel et lui octroie un salaire fixé d'avance. La liberté des conventions permet de considérer comme licite tout ce qui n'est pas expressément défendu par la loi. Les commerçants peuvent traiter entre eux, au mieux de leurs intérêts, soit relativement à leurs biens, soit relativement à leur activité personnelle. Souvent les législations positives réglementent certains types de contrats, mais en principe les règles posées ne sont qu'interprétatives de volonté et peuvent être écartées d'un commun accord.

C'est précisément ce qui se produit en général dans les conventions commerciales : les contrats se réfèrent à des conditions particulières ou à des conditions générales imprimées sur le contrat lui-même. Ces clauses concernent les délais de livraison, le lieu et les conditions de paiement, les possibilités de résiliation, etc... Nous retrouvons ici le principe formulé dans l'article 1134 du Code Civil : « Les conventions légalement formées tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faites. Elles ne peuvent être révoquées que de leur consentement mutuel ou pour les causes que la loi autorise. »

La liberté des conventions n'est cependant pas aussi complète qu'elle semble l'être. Elle se trouve fortement diminuée sur divers points par des règles légales impératives souvent contenues dans le Code du Travail.

La liberté dont jouissait le commerçant se restreint de plus en plus. C'est principalement dans la législation relative aux questions ouvrières et sociales que des limites sont imposées au libre accord des parties. Le motif qui les inspire est le même que celui qui concerne les restrictions apportées en Droit civil à la propriété privée : il est nécessaire de soumettre l'intérêt individuel à des obligations déterminées par des vues d'intérêt social, et l'on ira probablement dans cette voie beaucoup plus loin que l'on n'a été jusqu'à présent.

Les principales lois restrictives de la liberté commerciale, relatives aux questions ouvrières et sociales, sont :

a) Les lois sur la durée du travail :

— loi de 8 heures du 23 avril 1919,

— lois des 13 juillet 1906 et 29 décembre 1923 sur le repos hebdomadaire.

- b) La loi sur les assurances sociales;
- c) La loi sur les allocations familiales;
- d) La loi sur l'emploi obligatoire des mutilés et des pensionnés.

Citons également les lois récentes sur l'emploi obligatoire des démobilisés de la guerre 1939-1940, obligeant les commerçants à avoir un certain pourcentage de démobilisés parmi leur personnel.

Ces obligations légales concernant les questions sociales ne sont pas les seules. Dans d'autres cas, la puissance publique, qui a la charge de défendre l'intérêt supérieur de la collectivité, peut être amenée à restreindre l'activité des particuliers en matière commerciale ou industrielle, dans un but d'ordre public ou pour protéger les consommateurs, ou encore dans l'intérêt de l'hygiène. Dans de telles matières, le législateur se contente souvent de formuler un principe et laisse aux autorités de police, maires ou préfets, le soin de déterminer les conditions d'application de la loi. Les besoins diffèrent, en effet, selon les régions, et il est de bonne politique de donner aux autorités locales le pouvoir de réglementer certaines activités particulières. D'après la loi du 5 avril 1884, le maire est compétent pour tout ce qui concerne la sécurité, la salubrité et la tranquillité publiques. Dans ces sphères ainsi fixées, le maire peut limiter, sur son territoire, la liberté du commerce et de l'industrie : il peut, par exemple, interdire aux grossistes de vendre sur le marché aux mêmes emplacements que les détaillants.

Il peut exiger une autorisation pour la vente publique de marchandises neuves. Il peut, en raison du plan de la ville et en vue de la sécurité publique, accorder en fait un monopole à un entrepreneur de transport public.

Dans tous ces exemples, la réglementation n'aurait pu être uniformément fixée par la loi : elle aurait souvent présenté de graves inconvénients et n'aurait pas toujours été justifiée. Les départements, les communes ne peuvent avoir qu'une même législation de base : les détails doivent rester des affaires locales. Il ne fait aucun doute que la tendance actuelle qui veut rétablir les régions françaises ne tienne compte de ces données et n'oblige même à créer des organismes locaux mieux placés qu'un pouvoir central pour connaître et satisfaire des besoins dont la variété régionale est très grande.

Il ne suffit pas, d'ailleurs, de proclamer le principe de la liberté du commerce : il faut, le cas échéant, permettre aux individus de faire valoir et de conserver leur droit. Le principe de la liberté des conventions ne doit pas venir l'annihiler. Or (au point de vue commercial), la concurrence, comme nous le verrons dans le chapitre suivant, devient souvent une lutte très dure. Lors de la conclusion d'un contrat, les plus forts peuvent vouloir éliminer plus ou moins définitivement du marché une personne qui pourrait devenir un concurrent gênant. C'est pourquoi la Jurisprudence a été amenée à distinguer ce qui est licite de ce qui ne l'est pas.

Elle annule, puisque contraire au principe de la liberté du commerce et de l'industrie, la convention qui entraîne pour l'une des parties l'interdiction d'exercer son industrie d'une manière générale et absolue.

Il a été jugé qu'il en est ainsi spécialement de l'interdiction faite à une personne de s'immiscer dans un commerce déterminé, en aucun temps et en aucun lieu, ni comme chef, ni comme commanditaire, ni comme employé. (Civ. C. 25 mai 1868 — D. P. 69-1-277.)

Dans un arrêt récent, nous voyons que la liberté du travail et du commerce peut être valablement restreinte par les conventions des parties, pourvu que ces conventions n'impliquent pas une interdiction générale et absolue, c'est-à-dire illimitée à la fois quant au lieu et à la durée. (Civ. 27 oct. 1936 — D. H. 1936. 571.)

De telles stipulations sont licites lorsque la défense est limitée à un lieu déterminé, comme aussi, lorsque s'étendant à tous les lieux, elle ne doit être observée que pendant un certain temps et alors qu'elle ne vise que des emplois dans un commerce ou dans une industrie déterminés. (Même arrêt.)

Dans ces arrêtés, le juge se contente de prononcer la nullité de la convention. Mais parfois l'entrave à la liberté du commerce peut se présenter sous des formes violentes : ces faits sont prévus et sanctionnés par les articles 414 et 415 du Code pénal, modifiés par la loi du 25 mai 1864.

ARTICLE 414 : « Sera puni d'un emprisonnement de 6 jours à 3 ans et d'une amende de 16 fr. à 3.000 fr., ou de l'une de ces deux peines seulement, quiconque, à l'aide de violences, voies de fait, menaces ou manœuvres frauduleuses, aura amené ou maintenu, tenté d'amener ou de maintenir une cessation concertée de travail dans le but de forcer la hausse ou la baisse des salaires, ou de porter atteinte au libre exercice de l'industrie ou du travail. »

C'est en se basant sur le principe de liberté énoncé dans la loi des 2-17 mars 1791 que la Jurisprudence arrive également à limiter les pouvoirs que pourraient vouloir s'attribuer les autorités de Police. Leur intervention dans le fonctionnement des commerces et des industries doit s'appuyer sur des textes et n'avoir lieu que si l'exercice de cette liberté est susceptible de troubler l'ordre public.

En ce qui concerne tout d'abord la création de commerce, la Police ne paraît pas pouvoir l'interdire puisque l'article 3 de la déclaration des droits dit que « tout ce qui n'est pas interdit par la loi ne peut être empêché » et qu'aucun texte général ne permet à la Police de s'opposer à la naissance des commerces. Toutefois, certains textes spéciaux peuvent apporter des dérogations à cette règle : nous avons déjà parlé plus haut des établissements dangereux, etc... En dehors de ces cas, l'autorité de police ne peut se substituer à la loi. Elle ne peut exiger, lors de la création d'un commerce, que le commerçant demande au préalable une autorisation qu'elle accorderait de manière discrétionnaire, ni édicter une réglementation qui serait à ce sujet plus sévère que celle prévue par la loi. Ainsi, lorsque la loi ne prévoit qu'une simple déclaration, l'autorité de police ne peut réclamer une autorisation préalable.

En ce qui concerne le fonctionnement même du commerce, la règle reste vraie. Un maire, par exemple, ne peut interdire, d'une manière générale et absolue, l'emploi de tous procédés utilisés dans la marche d'une affaire, si rien ne prouve que l'ordre public puisse être troublé : il a été jugé qu'un maire ne pouvait interdire toute circulation de camions automobiles, quel que soit le tonnage ou l'encombrement (Raffinerie de Briennon C. E. 27 janv. 1927. D. P. 1929 III - 16) : un tel arrêté est entaché d'excès de pouvoir.

Nous verrons également dans le chapitre suivant, section 3, que le maire n'a le pouvoir de taxer les denrées que lorsqu'une loi l'y autorise.

Enfin, c'est toujours en vertu du même principe qu'on peut dire que, sauf exception, les autorités de police ne doivent pas s'immiscer dans les rapports professionnels privés, ni s'introduire dans les locaux commerciaux pour en réglementer l'organisation. Un arrêt du 9 mars 1889 (D. P. 1889 - 1 - 388) indique dans ses attendus que l'autorité municipale « n'est autorisée, conformément à la loi des 16-24 août 1790 et à l'article 97 de la loi du 5 avril 1884, à prendre que les mesures de police qui sont conciliables avec la liberté accordée au commerce et à l'industrie... qu'il ne lui appartient pas d'empêcher un marchand, domicilié, de faire chez lui les ventes que son commerce comporte... »

Nous allons maintenant examiner quelques conséquences pratiques qui découlent du principe de la liberté du commerce et de l'industrie.

Le répertoire général alphabétique du Droit français (suppl. Tome 9 - 1932 - Sirey) nous indique quelques cas intéressants.

« La liberté du commerce a pour conséquence la faculté pour un commerçant de cumuler plusieurs branches d'industrie ou de commerce, sauf l'obligation de respecter les règlements propres à chaque industrie et de ne point user d'un monopole pour faire, sous le couvert de ce monopole, une concurrence déloyale à des industries soumises au droit commun de la libre concurrence. »

Cass. 13 mars 1906 (S. et P. 1907 - 1-517, D. 1909-1-63.)

« La Cour de Cassation a admis (Crim. 11 janv. 1889 - S-91-1-191) que le refus par un boulanger de vendre du pain à une personne pour convenance personnelle était licite. »

« Le commerce de la boulangerie est libre, mais le maire peut établir, supprimer ou rétablir la taxe du pain; prescrire que, quelles que soient la qualité et la forme des pains, ils ne peuvent être livrés qu'après un pesage préalable. »

Cass. 10 fév. 1912 (S. et P. 1913-1-176).

Le Tribunal de la Seine (7^e Ch., 16 juin 1926 — Gaz. Pal. 17 oct. 1926) a admis que si un café est un lieu public, c'est seulement en ce sens que tout venant peut y être admis, mais cette admission n'est pas obligatoire pour le propriétaire qui est chez lui. La liberté du commerce lui donne le droit de choisir sa clientèle comme il l'entend. Il n'a point à répondre des raisons pour lesquelles il refuse l'accès de son établissement. »

Répertoire pratique Dalloz, V^e Commerce, n^o 1.413.

« Bien que la profession de boulanger fût libre comme les autres, en vertu de l'article 7 de la loi du 2 mars 1791, des actes émanés du gouvernement avaient, dans un certain nombre de villes et dans l'intérêt de l'alimentation publique, dérogé au principe de la liberté du commerce et soumis l'exercice de cette profession à l'autorisation du maire et à une réglementation spéciale. Le décret du 22 juin 1863 (D. P. - 63-4-127) a abrogé, par son article premier,

les dispositions de décrets, ordonnances ou règlements généraux ayant pour objet de limiter le nombre des boulangers, de les placer sous l'autorité des syndicats, de les soumettre aux formalités des autorisations préalables, etc...

Il a ainsi rétabli le régime de la liberté de la boulangerie dans toutes les villes où ce commerce avait été assujéti par des actes du gouvernement à une réglementation restrictive. Mais, ainsi que cela résulte expressément de la disposition finale du texte, il n'a pas porté atteinte au pouvoir qui appartient à l'autorité municipale, en vertu de la loi, de veiller à la fidélité du débit des denrées et à la salubrité des comestibles. »

N° 1.415. — « En tout cas, il ne saurait appartenir à l'autorité municipale : ni de limiter le nombre de boulangeries de la commune, ni d'interdire aux boulangers de cumuler avec cette profession une autre profession.

(Voir au contraire avant le décret de 1863 : Cons. d'Etat 14 déc. 1850 — D. P. 51 - 3 - 29, Cr. 10 juillet 1852 — D. P. 52 - 1 - 207), interdisant le cumul de la profession de boulanger et celle de marchand de grains en contra-vention à un arrêté préfectoral.

Cr. 14 mai 1859 — D. P. 59 - 1 - 476.

Toutefois, il avait déjà été reconnu que les boulangers pouvaient cumuler, avec leur profession, celle de pâtissier (Trib. pol. Paris 25 août 1842).

Nous savons, en effet, que la loi du 2 mars 1791 a expressément reconnu que toute personne peut cumuler plusieurs industries ou commerce, à charge de payer les droits de patente y afférents.

Il a été jugé que les commerçants peuvent réunir plusieurs commerces dans le même local.

(Trib. com. Seine 12 nov. 1900 — Gaz. Pal. 1901-1-181.)

Les développements précédents montrent que le principe de la liberté du commerce et de l'industrie de 1791 domine la réglementation en cette matière. L'individu peut choisir et exercer la profession, le métier qui lui convient.

Mais, depuis quelque temps, on aperçoit une forte tendance à limiter le nombre des professions. On reparle beaucoup aujourd'hui d'une organisation

corporative pour remédier à cette anarchie du travail et de la production dont nous avons tant souffert durant ces dernières années. On ferait ainsi un retour vers le passé : or, nous savons à quel point les anciennes corporations s'étaient rendues impopulaires. Elles étaient pour ainsi dire arrivées à créer un véritable monopole d'intérêt privé, en faveur de leurs membres et de leurs héritiers. Tout nouveau venu n'appartenant pas à ces familles se voyait écarté de la profession par des barrages arbitraires. Or, il semble bien que ce soit en vue d'une consolidation de leur situation acquise que certaines professions seraient réglementées. Certaines le sont d'ailleurs depuis plusieurs années : la loi du 15 juin 1907 a reconnu l'existence des maisons de jeu et assure ainsi aux tenanciers un monopole basé sur des considérations d'ordre public.

Plus tard, la loi du 9 novembre 1915 crée une situation privilégiée au profit des débitants de boissons existant à cette date, puisque l'article 10 dit que nul ne pourra à l'avenir s'établir débitant sans prendre la succession de l'un d'eux : leur fonds de commerce a ainsi bénéficié d'une plus-value immédiate.

Cette loi supprimait pour toujours toute nouvelle concurrence. Aujourd'hui, pour créer un débit de boissons, il faut acheter une licence et, dans les villes, certaines personnes ou certaines sociétés n'hésitent pas à la payer très cher; des débitants de boissons qui n'avaient qu'un petit local avec un vieux comptoir, quelques tables et quelques chaises, ont ainsi trouvé à vendre leur licence bien plus cher que ne valait tout leur commerce. Cela ne fait que suivre la loi économique qui veut qu'une marchandise se vend d'autant plus cher qu'elle est raréfiée sur le marché et qu'il y a beaucoup d'acheteurs.

Remarquons que lorsqu'il s'est agi de limiter le nombre des débits de boissons, on a fait valoir des arguments d'intérêt public : l'augmentation du nombre des débits de boissons n'est pas favorable à la moralité publique. Mais en agissant comme il l'a fait, le législateur a tout de même créé un monopole en faveur des propriétaires du moment.

Il en est de même de la loi du 22 mars 1936, prorogée par celles des 31 mars 1937, 30 mars 1938, 18 mars 1939, en faveur des magasins à prix uniques. Ces magasins furent très mal accueillis par les commerçants vendant au détail qui se plaignirent près des parlementaires de la concurrence anormale qui leur était faite. Ils obtinrent satisfaction, mais en partie seulement, puisque les magasins existants ne furent pas supprimés. Il était simplement interdit d'installer de nouveaux magasins à prix uniques.

D'autres lois ont également érigé des situations en monopoles, en se basant sur différentes considérations. Les viticulteurs n'ont évidemment pas été les derniers à avoir un statut favorable. Ils ont l'habitude de se plaindre et savent agir. Invoquant la crise de la viticulture, la loi du 4 juillet 1931, modifiée et complétée par les lois du 8 juillet 1933 et 24 décembre 1934, et le décret-loi du 30 juillet 1935 protège en fait les viticulteurs déjà établis : elle interdit, en principe, toutes plantations ou tout complément de plantations autres que ceux d'entretien du vignoble sur une surface égale, à l'intérieur d'une même exploitation.

Tout individu qui ne possédait pas, avant la publication de la loi, des terrains où il cultivait de la vigne, ne peut désormais s'établir comme viticulteur.

Les exemples que nous venons de citer montrent que certains métiers, autrefois libres, ne le sont plus aujourd'hui. Nul doute que si ce mouvement gagnait encore du terrain, la liberté du commerce et de l'industrie ne serait plus qu'un vain mot.

Et cependant, quel est le résultat de ces lois créatrices de privilèges ? Tout d'abord, elles ne sont pas justes : pourquoi, en effet, le viticulteur ayant terminé ses plantations le 4 juillet 1931, mérite-t-il d'être doté d'un privilège par rapport à ceux qui allaient précisément commencer à planter à cette date ? À cela on peut sans doute répondre qu'à tout changement de législation, il faut nécessairement un point de départ, et qu'il n'est pas rare qu'une chose permise un jour ne le soit plus le lendemain. Mais ici, la situation est plus grave. Les conséquences sont durables et souvent injustes. L'exercice d'une profession peut de cette façon se trouver réservé à quelques personnes fortunées : en effet, les titulaires de situations ainsi protégées les conserveront pour eux et leur famille, ou ne les céderont qu'à prix d'or.

Il serait désirable que des preuves de valeur professionnelle soient exigées pour être admis dans une profession, mais il est inadmissible de vouloir privilégier les possédants par rapport à d'autres individus souvent jeunes, qui eux aussi ne demandent qu'à travailler pour gagner leur vie.

Ce qu'il faut surtout éviter, c'est d'attribuer une situation de monopole à des personnes qui ne le méritent pas.

Le but à atteindre est tout autre : il faut avoir en vue l'organisation de la profession et empêcher tout gaspillage d'énergie et d'activité. Une limitation

du nombre des commerces peut être désirable dans certains cas : ainsi pourquoi laisser se créer plusieurs boulangeries dans des quartiers où une seule suffirait ? Mais il faut alors faire en sorte que personne ne soit lésé et que la réglementation corresponde à une nécessité nettement démontrée. Il faut avoir le désir, non pas de vouloir faire plaisir à certains en les favorisant, mais de vouloir réaliser une œuvre socialement utile.

Le problème dépasse d'ailleurs le stade professionnel. Les commerçants établis peuvent avoir le désir de limiter la concurrence et être partisans d'obtenir un statut de leur profession, mais il ne faut pas seulement regarder le présent et considérer les avantages immédiats. Aujourd'hui, par exemple : le commerçant est libre : dès qu'il se trouverait classé dans le système nouveau, il perdrait la majeure partie de sa personnalité. Il serait une unité, un numéro dans l'obligation d'obéir à tout ordre qui lui serait donné. Il sera alors beaucoup plus facile aux pouvoirs publics de commander toute la profession lorsque tous les intéressés seront représentés par un organisme unique. Or, actuellement, il existe une forte tendance dans ce sens. Nous en voyons le départ, mais nous ne pouvons prévoir quelles en seront les conséquences. « Le fait est que la politique d'intervention dans le jeu de l'activité commerciale tend à s'hypertrophier.

Le législateur invoque des raisons multiples.

Les unes sont d'ordre économique, et ce ne sont pas toujours les plus inoffensives — les autres sont d'ordre fiscal, d'autres encore d'ordre moral ou social, certaines de nature purement politique, voire électorale...

A la base de notre législation commerciale, on rencontre parfois un sentimentalisme démagogique poussé à l'excès — le désir de protéger non seulement les faibles et les inexpérimentés, mais aussi les médiocres, les oisifs au détriment des forts et des élites.

Il faut proscrire toute réglementation ne tendant qu'à entraver sans nécessité l'exercice normal des activités. Remarquons qu'un mouvement récent, reproduisant d'ailleurs un phénomène ancien, a pour effet de fortifier ce libre jeu, mais seulement au profit de collectivités et au prix du sacrifice des droits de l'individu. » (1)

(1) Escarra, Principes de Droit commercial : introduction.

Il est à craindre que lorsque tout sera organisé, qu'on annihile ainsi tout effort particulier et qu'on se prive de concours précieux. Autant il peut être utile et nécessaire de mettre fin à des abus, autant il faut laisser à l'individu une certaine liberté d'action qui lui permette de déployer au mieux des intérêts de la collectivité sa puissance de travail et son savoir. Il est légitime de chercher à faire servir plus complètement l'intérêt privé aux fins de l'intérêt social, mais il faut prendre garde de trop affaiblir l'initiative individuelle qui reste en définitive le moteur de tout progrès social. M. Truchy dit très justement en parlant de l'aménagement du milieu économique : « Pour que l'initiative privée ait le maximum d'efficacité, il faut qu'elle se déploie aussi librement que possible dans un milieu accessible à tous, un milieu neutre, c'est-à-dire dont aucun des éléments ne favorise, ni n'écarte qui que ce soit, un milieu qui autant que cela est compatible avec les principes généraux de l'organisation sociale, assure à tous un minimum de chances communes. » (2)

Qu'il nous soit en conséquence permis de penser que la législation future saura concilier comme il convient les différents besoins en présence et éviter ce qui causa la ruine des anciennes corporations.

Dans le chapitre II de la deuxième partie, nous examinerons quelques aspects de la législation intervenue depuis la guerre de 1939 et qui intéressent la question de la liberté du commerce.

*
**

CHAPITRE II

La concurrence directe ou libre

Du principe de la liberté du commerce que nous venons d'examiner découle le principe de libre concurrence. Etant donné qu'un individu peut s'établir où et quand il veut, il résulte qu'il peut aussi réaliser ses affaires comme il l'entend. Telle est du moins la théorie : nous verrons où en est la pratique.

La concurrence est la lutte entre deux ou plusieurs individus vendant des produits semblables ou similaires et s'adressant à une même clientèle. Les pro-

(2) Truchy, op. Cité page 114.

duits peuvent même être différents s'ils sont susceptibles de satisfaire les mêmes besoins : il peut ainsi y avoir concurrence des marchands de vin et des marchands de bière.

Dans notre société économique où la production se fait en vue de l'échange, l'idée de concurrence prend une forme très précise : il y a non seulement concurrence des offres, mais aussi concurrence des demandes. D'un côté, il y a des vendeurs qui veulent écouler leur production, de l'autre il y a des acheteurs qui désirent des marchandises en vue de satisfaire différents besoins. Cette concurrence des offres entre elles et des demandes entre elles joue le rôle capital dans la formation des prix en marché normal.

SECTION I

La concurrence. — Ses bienfaits. — Ses méfaits

La concurrence doit-elle exister ?

Les opinions sur cette question sont aussi différentes que lorsqu'il s'agit de la liberté du commerce et de l'industrie dont elle n'est qu'un corollaire.

Examinons les avantages et les inconvénients de la concurrence.

La concurrence commerciale consiste en ce que des maisons rivales se disputent le même marché. Pour obtenir le résultat désiré, il faut déployer à chaque instant beaucoup d'efforts : plus il y a de concurrents, plus il faut travailler. La concurrence se présente comme un sport en vue duquel il faut toujours s'entraîner : celui qui se laisse dépasser a bien du mal à reprendre sa place.

La concurrence joue le rôle d'un stimulant énergique dans l'ordre de la technique et de l'organisation : c'est le coup de fouet qui ne permet pas l'arrêt d'un instant. Il faut s'ingénier à bien fabriquer et prévoir les exigences futures des acheteurs : souvent il est même nécessaire de prévenir leurs désirs. L'attrait du nouveau est grand et le succès réside parfois dans une nouvelle création ou présentation. En définitive, la concurrence commerciale incite à faire mieux que les autres.

D'autre part, le fait qu'il y a lutte implique une élimination plus ou moins lente des incapables par les individus compétents. Pour conserver leur suprématie, ceux-ci sont obligés de se perfectionner et de se tenir au courant de tout ce qui se fait autant en matières premières qu'en matériel. La concurrence aurait ainsi le mérite de classer les hommes selon leur valeur.

Enfin, cette lutte pour l'écoulement, la vente de leurs produits oblige les commerçants à calculer au plus juste leur prix. S'il n'y avait qu'un seul vendeur, il pourrait tenir compte uniquement des besoins, des désirs et de la puissance d'achat de ses clients. Dès qu'il y a concurrence, il s'ajoute à ces éléments de base une donnée nouvelle. Le prix de vente qu'un commerçant a fixé et qu'il trouve raisonnable peut être supérieur à celui d'un de ses concurrents qui se contente d'un bénéfice moindre ou qui a acheté dans de meilleures conditions. Or, le but à atteindre est d'attirer et de vendre : la question de modicité du prix joue un grand rôle.

Le commerçant sera amené à obtenir le prix de vente le plus bas possible. Pour cela, il sera parfois obligé de modifier ses procédés d'organisation, de réduire ses frais généraux. Pour obtenir à l'achat des meilleurs prix, il se trouvera dans l'obligation d'acheter des quantités plus importantes et la conséquence immédiate sera de prévoir des ventes plus rapides et plus nombreuses. Pour vendre davantage, il lui faudra vendre meilleur marché, c'est-à-dire diminuer son bénéfice.

Voilà les avantages de la concurrence et, par suite, les services qu'elle rend à la collectivité.

En dehors de ces vertus économiques, activité, baisse de prix, élimination des faibles, la concurrence présente d'autres aspects qui sont critiquables.

a) Le principe de liberté commerciale qui permet à tout individu de s'établir, lui permet aussi de venir offrir sur un marché des produits qui peuvent déjà s'y trouver en quantité suffisante. On peut évidemment, dans certains cas, développer la consommation, on peut créer des besoins nouveaux, mais ceci est un autre problème. Le fait même de la concurrence implique une certaine somme de gaspillage : là où deux ou plusieurs individus se disputent les mêmes clients, il y a gaspillage de force humaine, gaspillage de force mécanique. Chacun de son côté fait des efforts qui, s'ils étaient coordonnés, seraient d'un rendement bien plus grand. Si l'on considère ce que chacun dépense en intelligence et en capitaux,

on se fait une idée de ce que l'on obtiendrait si le tout était réuni en une seule affaire bien dirigée.

Remarquons d'ailleurs qu'il existe parfois des nécessités qui ne permettent pas cette concentration : il ne faut pas vouloir la pousser à l'extrême. Mais il y a des branches d'activité économique où cette dispersion d'efforts est très sensible : c'est le cas du petit commerce de détail. Quand on parcourt une ville, on est surpris du nombre de petits commerces : on en trouve partout, depuis l'avenue ou le boulevard jusque dans la ruelle. Leur grand nombre fait que plusieurs d'entr'eux vivent difficilement. Ils vendent peu, donc ils vendent cher, et la concurrence ne donne pas ici les heureux résultats analysés précédemment. Dans ces commerces, le client, au lieu de bénéficier de bas prix, paie au contraire très cher.

On trouve beaucoup de ces petits commerces de détail dans l'alimentation : épicerie, marchands de légumes, petits restaurants, etc... Et ceci s'explique facilement : ces « exploitations » commerciales n'entraînent pas au départ la nécessité de coûteuses installations : on peut se contenter d'une petite boutique, d'un matériel très sommaire et surtout on peut débiter avec un faible capital. La question du personnel se pose peu ou même souvent ne se pose pas. Il y a aussi une raison psychologique qui contient d'ailleurs une part d'erreur : beaucoup de personnes pensent que la partie technique, le côté « métier », n'y joue pas un grand rôle. Elles se lancent ainsi dans ces petites affaires, alors qu'elles n'auraient jamais envisagé de diriger un commerce important. Voilà pourquoi l'on voit une foule de petites gens, possédant quelques économies, tenter leur chance dans le commerce de détail. D'autres le font parce qu'elles préfèrent une affaire personnelle à une subordination dans une grande maison. La carrière se trouve de la sorte très encombrée : beaucoup y perdent les sommes qu'ils avaient eu de la peine à mettre de côté, d'autres y végètent et n'atteignent pas le résultat désiré. Seules quelques personnes de valeur plus grande peuvent y trouver un tremplin d'où elles s'élancent vers ce que l'on appelle l'entreprise commerciale. Les efforts ne donnent leurs fruits que poursuivis par des hommes d'un niveau intellectuel suffisant et dotés d'une culture générale et professionnelle qui les rend aptes à mener sérieusement une affaire commerciale.

La concurrence ne procure ni ne remplace ce niveau intellectuel ni cette culture : elle est une rude école d'instruction professionnelle, mais elle exige au départ des qualités que n'ont pas toujours ceux qui s'établissent et s'intitulent « commerçants ».

b) La concurrence présente un autre aspect fâcheux : dans certaines circonstances, dans certains milieux, les maisons concurrentes peuvent avoir recours à des procédés de lutte souvent critiquables. Il y a des méthodes loyales, il y en a d'autres qui ne le sont pas, et ce mot « loyal » a, dans le domaine commercial, un sens bien défini — (la mention « qualité loyale et marchande », souvent employée dans les contrats, exige de la part des signataires la moralité qui doit rester la base des relations commerciales).

La concurrence ne doit pas permettre à certaines entreprises d'user de moyens peu scrupuleux pour accaparer le marché. Or, en pratique, certaines maisons n'hésitent pas à le faire et faussent ainsi l'élimination logique et honnête qui devrait résulter de cette lutte commerciale. Les meilleurs individus peuvent de la sorte se trouver privés du fruit de leurs efforts et être obligés de disparaître à la place de gens peu recommandables.

C'est l'avis de Ch. Gide qui dit dans son cours d'Economie Politique (3^e édit. 1913, p. 163) :

« Il n'est pas sûr non plus que la concurrence n'élimine que les routiniers et les incapables. Si la concurrence n'était qu'une forme de l'émulation, elle assurerait la victoire au plus moral, au plus dévoué, au plus altruiste, et alors elle serait un instrument de progrès et de sélection véritable. Mais elle est surtout une forme de la lutte pour la vie, elle assure la victoire surtout au plus fort et au plus habile, et par là elle peut entraîner une véritable rétrogradation morale... Il peut très bien arriver qu'elle élimine le plus honnête. »

Nous ferons toutefois à cet auteur le reproche de vouloir trop généraliser et de prendre nettement partie contre la libre concurrence. Nous estimons qu'elle n'est pas parfaite à tous points de vue, mais qu'elle rend tout de même d'appréciables services.

Envisagée au point de vue moral, la critique du Pape Pie XI dans son encyclique « Quadragesimo anno » est plus logique : il stigmatise d'abord l'économie matérialiste, « fruit d'une concurrence dont la liberté ne connaît pas de bornes ». Puis, « on ne peut attendre du libre jeu de la concurrence l'avènement d'un régime économique bien ordonné. Sans doute, contenue dans de justes limites, la libre concurrence est chose légitime et utile : jamais, pourtant, elle ne saurait servir de norme régulatrice à la vie économique ». L'encyclique poursuit par ces mots : « Il est donc absolument nécessaire de replacer la vie économique

sous la loi d'un principe directeur juste et efficace. » Ceci indique d'une façon nette que la libre concurrence, logiquement aménagée, comme doit l'être toute réglementation, est une règle économique viable et utile.

Au point de vue économique, on a fait d'autres reproches à la concurrence :

1° La concurrence produirait inévitablement des crises dues à la hausse et à la baisse des prix : cela aurait pour résultat de ramener le salaire de l'ouvrier à une moyenne qui ne lui permet pas de vivre de son travail. C'est la fameuse loi d'airain. Elle trouverait aussi son application dans la lutte à mort que, sous forme de concurrence à outrance, les détaillants sont amenés à se faire.

2° Contrairement à ce que l'on prétend, la concurrence n'assurerait pas toujours le bon marché.

3° Un autre reproche serait enfin que si la libre concurrence stimule en général les commerçants par l'émulation qu'elle provoque entre eux, elle aurait d'un autre côté l'inconvénient de les inciter à vendre de mauvais produits. Chaque concurrent, pour pouvoir soutenir la lutte, s'attache à substituer à des produits de qualité supérieure, des produits de qualité inférieure et, par suite, meilleur marché. Cela aurait pour principal résultat la falsification des denrées, ce qui, au point de vue alimentaire surtout, aurait les conséquences les plus fâcheuses.

On cite alors des exemples de produits tels que des confitures composées de tout, sauf des fruits indiqués sur l'étiquette, de produits dits aux œufs, alors qu'il n'en entre pas dans la fabrication, de vins faussement assortis d'appellation d'origine, etc...

Envisagée sous cet aspect, nous pensons que la question est mal posée. Il ne faut pas attribuer à la concurrence des conséquences, des défauts qui ne lui sont pas inhérents. Comme nous l'avons déjà indiqué, nous défendons la concurrence saine, loyale : le commerce a et doit avoir une haute moralité.

C'est au législateur qu'il appartient, par des textes appropriés, par des sanctions sévères, de supprimer ou tout au moins d'enrayer la fraude. Nous estimons que, s'il n'y a pas carence des pouvoirs publics, on ne peut attribuer à la concurrence des résultats aussi néfastes.

Le client ne peut d'ailleurs être trompé pendant longtemps : il ne réclame pas toujours, mais il sait user de la liberté de changer de fournisseur.

Signalons aussi que tous les torts ne doivent pas être mis du côté des commerçants.

Guyot (1) dit avec raison : « Le consommateur veut souvent obtenir le miracle que le marchand lui vende au-dessous du prix de revient. Il ne tient jamais compte des frais généraux du marchand et quand il compare le prix d'un produit sortant de la manufacture au prix auquel il est vendu, il se prétend « volé ». L'Administration de l'armée entend payer la viande au-dessous du prix du marché. On s'étonne ensuite que les soldats aient des rebuts. Les bouchers militaires ont eu le tort d'accepter ces prix; mais l'Administration de la Guerre aurait dû prévoir qu'ils donneraient de la marchandise en conséquence.

Le consommateur doit savoir que le marchand ne lui fait jamais un cadeau : car il vend en vue d'un gain.

Si le consommateur demande des prix impossibles, il sera trompé sur la qualité et quelquefois en même temps sur la quantité de la marchandise. »

Il y a enfin un autre aspect de la concurrence sur lequel l'accord ne s'est pas fait. On dit qu'elle tend à procurer l'adaptation de la production à la consommation. Là où un marché existe, elle inciterait les fabricants à produire jusqu'à la limite de capacité d'achat de la clientèle : elle les obligerait à réduire leur prix de vente par le perfectionnement incessant des procédés de fabrication et de vente — donnant ainsi la meilleure solution au problème de la répartition des produits. Nous pensons que cette façon de voir ne peut être tranchée ni dans un sens ni dans l'autre. La concurrence peut effectivement réaliser l'adaptation par le fait que s'il y a un débouché, par suite possibilité de gain, il y a de grandes chances que les besoins arrivent à être satisfaits : mais, d'autre part, cette même concurrence peut inciter à créer tellement de nouveaux commerces, qu'il n'y aura plus suffisamment de clients pour chacun d'eux.

(1) Guyot, « Le Commerce et les commerçants », édit. 1903, pages 261-262.

SECTION II

Analyse des éléments pratiques de la concurrence

Il nous reste maintenant à analyser les éléments pratiques de la concurrence, c'est-à-dire à rechercher dans une entreprise commerciale tout ce qui intervient pour permettre au commerçant d'atteindre le but en vue duquel il déploie toute son activité.

La première préoccupation de l'individu qui veut installer un commerce est de bien choisir *l'emplacement*, c'est-à-dire le quartier ou la rue dans laquelle il achètera, transformera ou construira le local où il exercera son affaire. Plus encore qu'autrefois, la situation du magasin joue aujourd'hui un grand rôle dans la réussite. Il y a toujours, dans toutes les villes, des rues, des avenues où se traitent beaucoup plus d'affaires que dans les autres. Il existe même parfois des quartiers presque entièrement réservés aux commerçants, tandis que d'autres gardent une destination bourgeoise.

Mais, en général, les boutiques se trouvent réparties dans toute l'étendue des agglomérations. Il y a et il y aura toujours des magasins de quartiers : dans le commerce d'alimentation de détail principalement, on peut citer l'épicerie, le commerce de légumes, le débit de boissons à consommer sur place et à emporter, etc... Ils rendent des services aux consommateurs qui trouvent ainsi à leur porte les principales denrées dont ils ont besoin. Ces commerces ont une clientèle en quelque sorte locale, mais qui se trouve souvent sollicitée par ailleurs. Au cours de déplacements ou de promenades, ces acheteurs ont l'occasion de s'intéresser à l'exposition en vitrine de différents articles. Un magasin bien situé placé dans une rue où il passe beaucoup de monde se trouve avoir un grand avantage sur les autres. Non seulement il a comme ces derniers sa clientèle habituelle, mais en plus il peut attirer des personnes qui ont leur fournisseur attiré dans leur quartier ou dans leur ville. Ce magasin est susceptible d'être un concurrent sérieux par le seul fait de son emplacement. Il faut utiliser au maximum cet avantage dû à une situation privilégiée. La devanture demande à être bien comprise et bien étudiée : l'art moderne permet aux installateurs compétents des réalisations du plus bel effet et dignes d'attirer les regards.

La question des vitrines a une importance toute spéciale. Elles doivent être spécialement conçues par la présentation d'un produit donné : une boîte de chocolat et un costume ne peuvent se présenter dans des vitrines de même con-

ception. Il faut surtout soigner la disposition des produits exposés : une présentation ingénieuse incite le passant à s'arrêter et suffit souvent à le décider à l'achat. Tout l'art de l'étalagiste consiste à faire naître chez l'individu le désir de posséder l'article présenté. Le client est sensible au luxe des installations et va de préférence à la boutique bien située, bien éclairée. Suivons le client qui entre dans un magasin : il est acheteur de tel ou tel objet. Il se dirige vers le rayon où il se trouve et l'achète. La vente peut s'arrêter là : mais le client a pu voir dans d'autres rayons bien en vue des marchandises auxquelles il ne pensait pas. Le vendeur, par des procédés de vente habiles, peut lui offrir et lui présenter d'autres produits. L'amabilité du vendeur est nécessaire : une personne bien reçue dans un commerce a plaisir à y revenir : elle a confiance dans les propositions qu'on lui soumet et peut arriver à réserver tous ses achats à ce commerçant.

Cette question est particulièrement suivie de près par les grands magasins, qui exigent un stage de formation des candidats vendeurs.

Mais une vente ne suffit pas : le commerce ne peut vivre que s'il a une clientèle. Pour la retenir, il est indispensable que les marchandises vendues soient de très bonne *qualité*. La concurrence oblige les fabricants à faire de mieux en mieux. C'est celui qui offre le produit le meilleur qui a le plus de chance de vendre. Toutefois, un autre facteur intervient : *le prix*. Lorsque le client a, en principe, l'intention d'acheter, il compare d'abord les divers articles qu'on lui propose, puis il se renseigne sur le prix. C'est en fonction de ces deux éléments, qualité et prix, qu'il se décide pour un objet plutôt que pour un autre. Nous pouvons examiner, du côté du commerçant, ce qui peut lui permettre de vendre à un prix donné :

a) Plus il a d'argent disponible, plus sa puissance d'achat est grande. Non seulement il peut acheter plus de marchandises, ce qui est évident, mais encore il peut obtenir de ses fournisseurs des prix meilleurs. En principe, les prix diminuent lorsque les quantités augmentent.

Pour 100 kgs il paiera par exemple 10 fr. le kg.

» 500 kgs — 9 fr. le kg.

» 1.000 kgs — 8 fr. le kg.

Achetant meilleur marché, il pourra aussi vendre meilleur marché.

b) Un approvisionnement facile en matières premières permet de renouveler à tout moment les stocks : il est alors inutile d'emmagasiner en même temps de fortes quantités de marchandises. Il n'y a pas d'argent qui dort et les risques d'altération sont diminués : autant d'éléments qui peuvent permettre de baisser le prix de vente.

c) Selon les régions, les salaires sont plus ou moins élevés. Dans la région parisienne et les grands centres industriels, les taux horaires sont plus forts qu'en province. Selon l'article à fabriquer, il peut y avoir un intérêt pour l'individu à installer son usine dans une ville plutôt que dans une autre. Cela est surtout vrai lorsque le coût de la main-d'œuvre entre pour une grande partie dans le prix de revient du produit fini.

d) Pour vendre leurs marchandises, les commerçants peuvent, à leur gré, utiliser plusieurs procédés de vente. Ils ont le choix entre la vente dans des magasins leur appartenant et où la clientèle vient acheter, et la vente par des voyageurs qui, alors, vont solliciter les acheteurs chez eux. Dans un cas comme dans l'autre, elle peut avoir lieu au comptant ou à crédit.

La vente à crédit oblige à tenir une comptabilité par client, d'où frais généraux supplémentaires qui viennent grever le prix de revient, d'autant plus que la vente à crédit fait courir au commerçant le risque de n'être pas payé et lui fait perdre l'intérêt de l'argent qu'il aurait pu encaisser au moment même de la vente. Lorsqu'elle sera possible, la vente au comptant lui sera, en conséquence, très supérieure et permettra d'offrir les mêmes produits à des prix inférieurs.

e) Il ne faut pas oublier le grand rôle que joue *la publicité* dans une affaire commerciale. Elle est de tous les temps, mais actuellement elle est plus nécessaire qu'autrefois. Elle est devenue un rouage indispensable du commerce. Bien maniée et bien étudiée, elle est une arme de concurrence qui donne de forts bons résultats. Elle fait connaître à l'acheteur éventuel la nature, les qualités et le prix des marchandises. Elle éveille et amplifie les besoins. Un consommateur qui, chaque jour, ou plusieurs fois par jour, voit le nom d'un produit pour lequel on fait une grande publicité, sera tenté de l'apprécier, et quand il sera acheteur, il s'en souviendra.

La publicité se fait sous plusieurs formes : en dehors des vitrines dont il a déjà été question, les procédés les plus employés sont le catalogue, les réclames

telles que buvards, calendriers, les annonces dans les journaux et publications périodiques, ainsi que par la radio, les affiches sur les murs ou tous autres emplacements particulièrement bien situés sur le passage des futurs clients.

La publicité ne donne d'ailleurs de résultats durables que si le produit proposé est de qualité et s'il répond à un besoin ou un désir de la clientèle. S'il s'agit d'une marchandise qui ne vaut rien, le succès ne saurait être que passager et la publicité aura, en définitive, été faite en pure perte. On prétend parfois que la publicité grève le prix de vente d'un produit. Cela peut être vrai, mais ne l'est pas nécessairement. Par les nouveaux débouchés qu'elle crée, elle aboutit à une fabrication nouvelle qui, par le nombre de produits vendus, permet avec le même matériel, et souvent le même personnel, d'obtenir un prix de revient unitaire inférieur à celui obtenu précédemment. Cet abaissement du coût de production dû à la publicité compense alors les frais de publicité.

f) La publicité, qui joue dans le cas examiné ci-dessus un rôle actif dans la marche d'une entreprise commerciale, est aussi très utile sous un autre aspect. C'est, en effet, par elle, en lisant par exemple les journaux d'information, et plus spécialement les revues professionnelles, que le commerçant est au courant de ce qui se fait de nouveau. Souvent à cette annonce par les journaux, est adjointe la prospection par voyageurs. Le commerçant sait ainsi qu'en ce qui concerne l'outillage, le matériel par exemple, que telle maison vient de lancer un modèle permettant de travailler mieux et plus vite. Il peut suivre le progrès et celui qui sait renouveler au moment propice ses machines, en profitant des conditions de lancement ou de foires-expositions, s'assure un avantage certain sur ses concurrents. Là où autrefois il fallait tout un atelier comprenant de nombreuses machines, on trouve aujourd'hui une ou deux machines pouvant fournir tout le travail. Le cas se présente pour la fabrication des pâtes alimentaires.

Etant donné les progrès constants réalisés en mécanique, une affaire vieillit vite si elle ne suit de près les inventions nouvelles.

À cette question outillage commercial, nous pouvons joindre celle de l'espace disponible. Une entreprise qui ne dispose que de trop peu de terrain et de bâtiments peut se trouver considérablement gênée lorsqu'elle veut augmenter ses débouchés. De plus, il existe des périodes d'achat où les cours sont bas et où il serait de bonne politique de stocker. Mais pour cela il faut des locaux. Pour certaines marchandises, en particulier pour tout ce qui concerne l'alimentation, ces locaux doivent être aménagés pour la conservation.

Aussi, lorsqu'on crée une affaire, est-il utile de prévoir le développement futur et de se réserver suffisamment de possibilités d'agrandissement pour le cas où le succès de l'entreprise exigerait une extension.

Enfin, venant en quelque sorte couronner tous ces éléments matériels du commerce, la valeur professionnelle du commerçant entre pour une très grande part dans la concurrence. Il ne suffit pas d'ouvrir un magasin, même bien situé et bien garni de marchandises, pour être assuré du succès. La clientèle est difficile à conserver : elle a tendance à être volage. Le commerçant doit être psychologue : il doit connaître les besoins de ses clients et souvent les prévoir. De plus, à moins de jouir d'un monopole, ce qui est rare dans le commerce d'alimentation, il se trouve en concurrence avec d'autres vendeurs. Il lui est nécessaire de s'occuper activement de son affaire, de voir si ses employés reçoivent bien le client, de se rendre compte par la comptabilité et une surveillance continue, de la marche de son entreprise. Contrairement à ce que pensent beaucoup de personnes, le commerçant que l'on voit du matin au soir dans son magasin ne remplit pas un simple rôle passif; l'activité qu'il déploie est au contraire très grande.

Il faut qu'il sache vendre, mais aussi acheter.

Il doit posséder un vif esprit de décision et savoir trancher immédiatement les questions embarrassantes. Il faut qu'il se maintienne au courant de la législation nouvelle : il a, en effet, l'occasion d'être souvent en rapport avec les diverses administrations : contributions directes et indirectes, douanes, service des allocations familiales, des assurances sociales, etc...

Enfin, il doit connaître son métier à fond; pour diriger ses ouvriers et leur faire des remarques justes, il est indispensable qu'il soit lui-même très au courant de ce qu'il vend et de ce qu'il fabrique. Cela lui permet, de plus, d'améliorer ses produits et, par suite, d'augmenter sa clientèle.

Vendre, tel est le but de tout commerçant. C'est par la conclusion de la vente que se réalise la perception du bénéfice qui demeure le moteur de l'activité commerciale. Le patron a de la sorte à cœur de tout mettre en œuvre pour développer son chiffre d'affaires.

En dehors des cas spécialement étudiés plus haut, nous pouvons résumer comme suit les différents facteurs qui jouent un rôle important dans la concurrence.

1° Un choix judicieux dans l'achat des produits permet de n'avoir en magasin que des articles de vente courante, donc facile.

2° Le stock doit être suffisant pour satisfaire la demande du client : il faut non seulement une certaine quantité de marchandises, mais, de plus, du choix dans le stock. Le client aime toujours à trouver chez son fournisseur la marque « à laquelle il est habitué ». Pour avoir en magasin les produits de plusieurs marques et les acheter dans de bonnes conditions, le commerçant doit avoir une grande vente : remarquons d'ailleurs que, par une réaction directe, le fait de pouvoir proposer aux clients un grand choix incite ceux-ci à entrer dans le commerce où ils savent trouver ce qu'ils désirent. Or, au point de vue commercial, comme au point de vue civil, « la foule attire la foule » : on pénètre plus difficilement dans un grand magasin lorsqu'il est vide que lorsque l'on y voit un fort courant d'acheteurs. Nous retrouvons ici la question « psychologie » qu'un bon commerçant ne doit jamais perdre de vue.

3° Mais un stock ne suffit pas : dans le commerce d'alimentation, en particulier, les produits à vendre doivent être l'objet de soins constants. Les marchandises peuvent s'altérer : d'où l'habitude prise par certaines maisons d'indiquer par signes connus ou secrets la date de fabrication. C'est à ce point de vue, durée de conservation, que le petit commerce de détail est critiquable. Ayant peu de vente, il est susceptible de garder trop longtemps en magasin des articles qui ne sont pas de longue conservation. Ce sera le cas, par exemple, des biscuits, du chocolat au lait, etc... C'est un ennui d'autant plus fâcheux que ces denrées sont souvent destinées aux enfants.

Le client sérieux sait d'ailleurs reconnaître le commerce qui lui livre des produits frais. Il ne suffit donc pas d'avoir toutes les marques, il faut surtout veiller à la bonne conservation de la marchandise.

4° Ayant de bons produits, le commerçant doit aussi avoir de bons vendeurs : il devra faire preuve de beaucoup de perspicacité et de circonspection dans l'engagement du personnel. Le client a rarement à faire au patron lui-même : il aura tendance à juger la maison sur la façon dont il est servi. Un personnel sérieux et compétent sera pour une maison une force et un important facteur de réussite.

À cette question se rattache directement celle de la direction proprement dite : le commerçant doit agir avec fermeté et vigilance. Personnel et clients

aiment une maison bien menée, c'est-à-dire où rien ne sent le « laissez-aller ». Un commerce qui marche bien doit laisser aux personnes qui y viennent une certaine impression de mouvement naturel, mais qui n'exclue pas une surveillance continue.

Nous avons ainsi terminé l'étude des éléments pratiques susceptibles d'intervenir dans la concurrence.

Nous allons maintenant reprendre une vue plus générale du sujet et examiner la question de savoir si la concurrence doit être libre.

SECTION III

La concurrence doit-elle être libre ?

L'étude des thèses des libéraux et des socialistes nous montre de profondes divergences sur le fait de savoir si la concurrence doit exister ou non. Les libéraux non seulement l'admettent, mais désirent même qu'elle bénéficie d'une liberté complète. Les socialistes, au contraire, demandent que tout ce qui intéresse la production soit retiré aux initiatives individuelles et que la libre concurrence soit abolie.

Aucune de ces deux tendances n'a été admise de façon absolue dans la pratique. En France, la concurrence existe, mais elle n'est pas entièrement libre. C'est qu'en effet, critiquable dans certains cas, elle est utile dans d'autres. Il faut par conséquent arriver à déterminer les limites de liberté qu'il faut assigner aux individus.

L'article 4 de la Déclaration des Droits de l'homme et du citoyen (3 sept. 1791),

« La liberté consiste à pouvoir faire tout ce qui ne nuit pas à autrui : ainsi l'exercice des droits naturels de chaque homme n'a de bornes que celles qui assurent aux autres membres de la société la jouissance de ces mêmes droits. »

nous donne un premier élément : il garantit le respect et l'inviolabilité des droits d'autrui. Si un homme a des droits, son semblable en a aussi et la vie sociale exige que les droits de tous soient garantis. C'est la base de la concorde et de l'existence en commun. Si chacun pouvait agir librement comme il l'entend, il y aurait des injustices et des conflits perpétuels.

Dans le domaine commercial, il en serait de même : la libre concurrence ouvrirait la porte à des agissements plus ou moins honnêtes. Certains individus peu scrupuleux n'hésiteraient pas à user de procédés anormaux pour arriver à leurs fins. Le désir du gain qui les pousse leur ferait tout employer pour supprimer un concurrent gênant. Aussi des limites sont-elles nécessaires à cette liberté. La théorie de l'abus du droit trouve dans cette matière sa place et son utilité, tout comme en Droit civil. En effet, si l'individu possède le droit de créer un commerce, puis de travailler et de vendre comme il le désire, il ne faut pas que cette compétence soit détournée de son but. Le commerce étant libre et théoriquement le nombre n'en étant pas limité, il y a lutte des individus qui exercent le même métier. Proposant les mêmes produits à la même clientèle, ils emploieront toutes leurs capacités pour réussir. Si les moyens sont normaux et raisonnables, la concurrence remplira son principal rôle qui est de permettre aux meilleurs d'obtenir les premières places. Mais en réalité, il n'en est pas ainsi : l'homme n'est pas un être parfait. Les besoins sont différents et ce que l'on n'osera pas faire, un autre le fera. D'où la nécessité d'une réglementation.

M. Jossierand (1) dit avec raison :

« Tout comme une propriété foncière illimitée, une concurrence sans bornes est socialement et pratiquement irréalisable : un droit absolu serait voué à la destruction : il se dévorerait lui-même par ses propres excès : comme les autres libertés, la liberté du commerce veut être réglementée, sagement aménagée : il est des actes de concurrence que la conscience sociale réprouve, que l'intérêt général ne saurait tolérer et qui doivent donc, sous une forme ou sous une autre, engager la responsabilité de ceux qui les accomplissent. Et c'est ainsi que s'est constituée dans la Jurisprudence et dans les doctrines, la théorie de la concurrence déloyale qui n'est qu'une forme spécialisée de la théorie générale de l'abus des droits, à savoir : l'abus du droit de libre concurrence : ce droit, comme presque toutes les prérogatives individuelles, est, en réalité, d'essence sociale : lui aussi ne doit être exercé qu'à bon escient, conformément à l'esprit de l'institution et aux besoins, à la sécurité des relations commerciales. »

Un droit n'est, en effet, accordé à l'individu qu'en vue d'un but social déterminé : s'il le détourne et en fait un usage contraire, il n'use pas normalement de son droit. Il dépasse les pouvoirs juridiques qui lui ont été confiés :

(1) Jossierand, « De l'esprit des lois et de leur relativité », édition 1927, n° 170, page 217.

il y a abus de droit. Ainsi la liberté laissée aux individus de se concurrencer librement peut conduire à des abus. En dehors de la concurrence déloyale que nous n'approfondirons pas, le droit de libre concurrence peut se manifester de différentes façons et arriver à produire des résultats fâcheux.

Ce droit de libre concurrence peut se présenter sous plusieurs formes.

Au point de vue responsabilité, on peut distinguer trois catégories d'actes dans la réalisation de ce droit.

a) Un individu peut accomplir des actes alors que la loi ne l'y autorise pas; il agit alors sans aucun droit. S'il y a atteinte au droit d'autrui, il y aura responsabilité dans tous les cas.

b) Des actes peuvent être accomplis en utilisant le droit de libre concurrence, mais en faisant de ce droit un usage abusif. Nous retrouvons ici la théorie dite de « l'abus des droits » qui sert de base à la jurisprudence de la concurrence déloyale. Dans de tels cas il y aura responsabilité chaque fois que l'on pourra prouver l'existence d'un préjudice.

Répertoire pratique de législation Dalloz, 1924, Tome 10, Rubrique industrielle, p. 68, n^{os} 523-524-525.

Nous lisons : Section 2 — Excès de réclame.

N^o 523. — Sans appeler l'attention sur son rival ou ses produits, on peut commettre un fait de concurrence déloyale par le mensonge effronté de la réclame en faveur de sa propre marchandise.

N^o 524. — Jugé qu'on doit considérer comme concurrence déloyale les agissements d'un commerçant qui, dans le but de surprendre la confiance du public et de la détourner des négociants soucieux de maintenir la loyauté de leurs relations avec leurs clients, fait usage d'affiches, de prospectus et d'annonces dans la presse, renfermant des promesses fallacieuses, des récits chimériques, une mise en scène et des affirmations effrontées sur la provenance de ses marchandises, sur les motifs de leur prétendu bon marché; et que les négociants victimes de ces agissements n'ont pas besoin, en ce cas, pour obtenir des dommages-intérêts, de rapporter la preuve d'un détournement de leur clientèle, qu'il suffit qu'il soit établi que les annonces artificieuses du défendeur lui ont attiré des acheteurs (Orléans, 29 mars 1889, D. P. 90-2-134).

N° 525. — Jugé que constitue une concurrence déloyale (mais sans allocation de dommages-intérêts, faute de préjudice prouvé par les négociants de la ville) le fait par un commerçant d'annoncer publiquement que les marchandises mises en vente par lui à très bon prix proviennent d'une faillite imaginaire (Dijon, 21 juin 1889, D. P. 90-2-196).

Il faut pourtant que l'abus de la réclame dépasse un certain degré, dont l'appréciation appartient souverainement au juge du fond. Et si la Jurisprudence n'est pas nettement fixée sur les éléments constitutifs de la concurrence déloyale, c'est précisément parce que les procès de cette nature présentent avant tout des questions de fait et sont rarement soumis à la Cour de Cassation.

c) Il peut enfin y avoir responsabilité du fait de l'exercice de la liberté commerciale, même en dehors de toute déloyauté : ce sera le cas pour les actes réguliers et corrects qui sont basés sur un droit, mais qui causent toujours une rupture d'équilibre entre les intérêts en présence. Ces actes sont des actes de concurrence dite illicite. C'est par exemple le cas d'un commerçant qui, dans l'ignorance, adopte comme enseigne de son commerce un nom déjà utilisé par un concurrent. S'il avait agi en connaissance de cause, il y aurait non pas concurrence illicite, mais concurrence déloyale pour laquelle l'intention frauduleuse est nécessaire.

Ces actes de concurrence illicite exigent souvent des remises en état. On obligera par exemple un commerçant à ajouter un prénom à son nom, si une autre maison est déjà connue sous le même nom patronymique.

Dans tous les cas de concurrence illicite et, par conséquent, en dehors de toute intention frauduleuse, on peut obtenir réparation des faits dommageables par application de l'article 1382 du Code Civil.

Les tribunaux n'omettent d'ailleurs pas de distinguer les actes constitutifs de concurrence déloyale de ceux constitutifs de concurrence illicite. En ce sens, voir :

Req. 9 mars 1870 — D. P. 1871-1-211.

Trib. com. Lyon 31 mars 1904 — D. P. 1904-2-216.

Besançon, 31 déc. 1901 — D. P. 1903-2-65.

En dehors des cas qui impliquent une responsabilité civile ou pénale, il en existe d'autres où il n'y a aucune responsabilité. La concurrence est une lutte : un commerçant pourra, par ses capacités, par son organisation commerciale, attirer dans son magasin des clients qui se fournissaient auparavant chez ses concurrents. Il y a préjudice certain pour ceux-ci, mais ils ne peuvent rien réclamer si les procédés employés sont normaux, réguliers et conformes à l'institution du droit de libre concurrence. Il en sera ainsi tant que le dommage causé sera uniquement le résultat d'une concurrence loyale. S'il demeure sur ce terrain, on ne pourra pas légalement attaquer un commerçant qui développe son affaire et augmente sa clientèle, même si on peut prouver que cette clientèle était autrefois attachée à un autre fournisseur.

C'est précisément cette libre concurrence que Fourier (1) attaquait, si véhément. Il prétend qu'elle aurait pour résultat la féodalité mercantile. Il explique d'ailleurs sa façon de voir en disant : « L'expérience nous montre que la libre concurrence a pour but, pour résultat visible, l'envahissement des fortunes médiocres par les matadors civilisés. Aujourd'hui où la concurrence existe en France au plus haut degré, où les rues sont pavées de marchands et de banquiers, on les voit ourdir chaque jour des trames pour causer l'enchérissement d'une denrée quelconque et se gorger d'or aux dépens de l'industrie générale dont ils bouleversent alternativement les diverses branches, le tout par l'effet de la libre concurrence. »

Il est certain que des sociétés ou des individus puissants peuvent, à la faveur de cette grande liberté, causer de graves perturbations sur un marché. N'étant pas obligés de gagner en vendant chaque produit, pouvant même vendre à perte pendant un certain temps, la libre concurrence leur est un précieux auxiliaire qui leur permet d'obtenir le résultat escompté dans un délai plus ou moins long. Fourier, en effet, pense que c'est le désir d'argent qui invite les individus à s'engager dans une lutte à mort. « De là (il s'agit de l'ambition mercantile) vient cette frénésie de concurrence par laquelle tant de marchands se poussent à leur ruine et se consomment en frais qui retombent ultérieurement sur le consommateur. »

Puis, parlant des messageries, il ajoute : « Bientôt ils nous payeront une prime pour nous voiturier en poste. »

(1) Fourier. Œuvres choisies. « Le Commerce ».

Nous ne contestons pas que la libre concurrence puisse permettre d'aboutir à de si mauvais résultats, puisque voici quelques années elle permit d'arriver à la chose absurde suivante. Les fabricants de levure se faisaient une concurrence acharnée. A la suite de la création d'une nouvelle usine, la lutte fut encore plus serrée. Dans la ville de Rouen, ils distribuèrent leurs produits gratuitement aux boulangers. Si un marchand laissait quatre paquets de levure, la nouvelle société en laissait le double. Inutile d'insister sur ce qu'a d'anticommercial et antisocial un tel procédé : aucun partisan de la libre concurrence ne peut approuver de telles façons d'agir. Il y a dans un tel cas un manifeste abus de droit, qui même s'il n'est directement sanctionné, ne peut qu'attirer la réprobation générale. Ces façons d'agir, ces gaspillages d'énergie et de produits favorisent beaucoup la propagande faite en faveur du système interventionniste. C'est ainsi que les libertés, obtenues si difficilement, se restreignent chaque jour et que l'Etat en profite pour accaparer ou contrôler tout ce qui est activité privée.

Mais nous ne voyons là que le côté sombre de la libre concurrence. Malgré les critiques qu'elle a pu susciter, nous estimons qu'elle est cependant utile : elle permet à chacun de tenter sa chance dans l'existence et de faire preuve, le cas échéant, de qualités personnelles. Elle astreint celui qui veut réussir à un travail sérieux. Le commerçant qui dirige son affaire avec toute la compétence et l'autorité désirables, peut ainsi s'ingénier à rechercher ce qui peut améliorer son commerce. Au point de vue moral, comme au point de vue légal, il est responsable de ses actes : il subit personnellement les conséquences d'une mauvaise gestion ou bénéficie de son aptitude à conquérir la clientèle.

Cette responsabilité personnelle du commerçant est d'ailleurs la solution la plus logique. Nous venons de citer l'exemple des fabricants de levure sur la place de Rouen : ce procédé de vente au-dessous du prix de revient ne peut durer qu'un certain temps. Il entraîne, à échéance plus ou moins lointaine, la disparition de la concurrence, souvent par la faillite d'un ou plusieurs des vendeurs. Dans un tel cas, seuls quelques individus sont touchés par cette opération. Au contraire, si l'Etat régit les prix de vente, il peut être amené, pour des raisons « démagogiques », à fixer ces prix au-dessous des prix de revient, et c'est alors tout le pays qui doit supporter les déficits d'exploitation. Depuis plusieurs années, c'est ce qui existe pour le pain.

D'autre part, le bonheur général dépendant de la contribution que chacun y apporte, il est nécessaire de laisser aux individus une large possibilité de participation en leur permettant de choisir les moyens qu'ils estiment les meilleurs.

En définitive, il faut qu'il y ait convergence des intérêts individuels et de l'intérêt général. Aussi sommes-nous partisans de la libre concurrence, mais « sagement aménagée ».

Actuellement, le principe de libre concurrence, tout comme celui de la liberté du commerce et de l'industrie, reste la base de notre législation commerciale.

C'est en vertu de cette législation de base que, depuis 1791, les commerçants bénéficient d'un certain nombre de libertés.

Sous réserves de lois spéciales et de restrictions, c'est tout d'abord la liberté de s'établir dont nous avons longuement parlé au chapitre premier.

Puis la liberté de fabrication : chacun peut produire ce qu'il lui plaît, avoir des marques personnelles, donner à ses produits la forme et la qualité qu'il juge préférables. Il peut enfin mettre en vente la quantité de denrées qu'il désire.

C'est ensuite la liberté de vendre ses marchandises non seulement à son domicile, mais aussi de les transporter là où il le veut. Un commerçant peut ainsi exploiter son commerce dans une région plus ou moins étendue et qu'il a le droit de fixer lui-même.

C'est par ces diverses possibilités que se manifeste d'une façon pratique le principe de liberté de 1791.

Dans l'article 419 du Code Pénal, il est question des « prix qu'aurait déterminés la concurrence naturelle et libre du commerce ».

Nous retrouvons aussi souvent, dans plusieurs arrêts, l'expression « libre concurrence du commerce ».

Dans des affaires ayant trait à la fixation des prix de vente, les tribunaux invoquent ce principe de liberté. La concurrence, en effet, est surtout fonction de deux éléments : la qualité du produit proposé et le prix de vente. Sur le premier point, il n'y a guère de difficultés : on ne peut reprocher à un commerçant de faire trop bon. S'il vend un produit de mauvaise qualité, ce sont les services de contrôle ou les personnes qui en subissent un dommage qui feront valoir leurs droits et réclameront, s'il y a lieu, des dommages-intérêts. Par le prix de vente, au contraire, un commerçant peut être un concurrent sérieux. S'il vend

des produits similaires à ceux de ses confrères et à des prix inférieurs, non seulement il peut accaparer la majeure partie de la clientèle, mais encore il laisse supposer que les derniers prélèvent des bénéfices exagérés. Dans des cas de cette espèce, les tribunaux reconnaissent, en principe, que chacun établit ses prix de vente comme il l'entend.

C'est en se basant sur le principe de libre concurrence qu'un jugement a été rendu dans ce sens dans l'affaire de la Fédération nationale des journaux français, Syndicat de la Presse parisienne et autres contre François Coty et Société Nationale d'Édition et de Publicité.

(Trib. com. Seine 21 janvier 1929 — D. H. 1929-109.)

Mais si, théoriquement, le commerçant a pleins pouvoirs pour la fixation de ses prix de vente, dans certains cas, toutefois, les pouvoirs publics peuvent taxer certaines marchandises. Il est vrai qu'on peut voir dans ces exceptions une confirmation du principe énoncé, puisqu'une loi est alors nécessaire pour que cela soit possible. C'est une question que nous retrouverons dans un autre chapitre, mais dès maintenant nous pouvons citer quelques exemples de taxation.

En temps de guerre, le président de la République pouvait prendre par décret une série de mesures limitant la liberté du commerce et de l'industrie.

Tel fut l'objet de la loi du 10 février 1918 qui étendait à ce sujet la compétence réglementaire du chef de l'État jusqu'à la fin des hostilités et pour les six mois suivant leur cessation.

La loi du 11 juillet 1938 (sur l'organisation de la nation en temps de guerre) modifiée par la loi du 8 décembre 1939, permet de même au gouvernement de prendre les mesures de précaution, de préservation et de préparation nécessaires dès que la situation extérieure se tend et dès que la guerre devient menaçante.

Outre ces mesures nécessitées par des circonstances exceptionnelles, il existe quelques exemples de taxation prévus par la loi.

Le maire a la faculté de taxer le pain et la viande : le but est d'empêcher que ces denrées de première nécessité ne soient vendues à un taux trop élevé.

Ce droit de taxation repose :

1° Sur la loi des 19-22 juillet 1791 (art. 30) qui porte « que la taxe des subsistances ne pourra, provisoirement, avoir lieu dans aucune ville ou commune du royaume, que sur le pain et la viande de boucherie... »

2° Sur la loi du 5 avril 1884 (art. 97-5°) qui attribue aux maires « l'inspection sur la fidélité du débit des denrées qui se vendent au poids ou à la mesure, et sur la salubrité des comestibles exposés en vente... »

3° Sur l'art. 479-6° al. 2 - C. Pén. qui punit les boulangers et bouchers qui vendent le pain ou la viande au delà du prix fixé par la taxe légalement faite et publiée.

Mais ces dispositions ne peuvent être étendues à d'autres denrées. Ainsi il a été jugé qu'est illégal l'arrêté municipal qui soumet à la taxe la vente du lait. (Cr. 6 mai 1915 — Bull. cr. n° 83 — 19 janv. 1923 *ibid* n° 24.)

Remarquons que ce pouvoir n'appartenait qu'aux maires. Il avait été jugé que le préfet ne pouvait se substituer au maire que s'il y avait carence de l'autorité municipale et uniquement en ce qui concerne la sécurité, la salubrité et la tranquillité publiques. Dans ce sens, arrêt Delacour. C. E. 29 juin 1928 (D. H. 1928, p. 483). Toutefois, depuis la loi du 31 août 1924, les préfets peuvent prendre dans leur département des arrêtés fixant des prix limites pour la vente au détail du kilogramme de pain de consommation courante. Cette mesure ne peut intervenir que sur la demande des maires intéressés, ou, après mise en demeure, sur leur refus d'user des pouvoirs que leur confère la loi.

Il en est de même pour la viande depuis la loi du 23 déc. 1933 (art. 25).

Dans tous les cas, le prix indiqué par la taxe est un prix maximum. La vente à un prix inférieur à celui de la taxe ne constitue pas une infraction au règlement municipal et ne tombe par conséquent pas sous l'application de l'article 479-6°.

(Cr. 28 juin 1851, D. P. 51-5-53; 11 mars 1852, D. P. 52-5-57.)

On a quelquefois soutenu qu'une telle vente pourrait servir de base pour une contravention prévue par l'art. 471-15° C. Pénal, car la taxe serait une mesure d'ordre public à laquelle on ne pourrait déroger par des conventions

particulières. Mais même si l'arrêté municipal interdisait expressément la vente au-dessous de la taxe, cette thèse ne saurait être admise, aucune loi n'autorisant les maires à agir ainsi (mêmes arrêts).

Enfin, cette taxation, qui est légale, doit être uniforme. Le prix n'est pas établi en fonction de l'importance d'un commerce, de ses facilités ou de ses difficultés d'achat, mais uniquement pour fixer un prix limite pour la vente d'une denrée déterminée. Le Conseil d'Etat a annulé un arrêté du préfet de police de la Seine qui décidait que des barèmes de prix de vente seraient établis en fonction des prix d'achats en gros payés individuellement par chaque bou-cher. (Martin, 23 janvier 1931 — D. P. 1931-3-41.)

**

CHAPITRE III

Quelques méthodes de vente

Nous venons d'examiner dans les chapitres précédents, d'une part le principe de la liberté du commerce et de l'industrie, d'autre part la libre concurrence.

Nous allons maintenant étudier quelques cas concrets de ventes commerciales que les principes ci-dessus énoncés ont permis de réaliser.

Le commerçant, maître chez lui, peut exploiter son affaire commerciale comme il l'entend. Chacun a ses principes d'organisation et s'ingénie à obtenir le meilleur rendement.

Or, l'opération qui permet au commerçant de réaliser un bénéfice, c'est la vente. Rien d'étonnant, par conséquent, que l'on se soit particulièrement attaché à améliorer les différents systèmes de vente.

Au lieu d'attendre que le client ne vienne de lui-même dans un magasin, on va le solliciter par divers procédés; mais ce n'est pas là ce que nous voulons principalement analyser. Nous nous localiserons dans les systèmes de vente proprement dits; l'initiative individuelle a fait naître des idées, certes, souvent ingénieuses, mais qui peuvent être critiquables. Le législateur a parfois dû mettre un frein à cette liberté créatrice et réglementer certains procédés susceptibles de donner lieu à des abus. Remarquons que les interventions législatives

n'ont pas toujours eu en vue l'intérêt général, mais ont été provoquées dans certains cas par les plaintes d'individus influents qui s'estimaient lésés par de nouveaux moyens de vente. Passons donc en revue les différentes espèces de ventes.

SECTION I

Ventes au comptant et à crédit

Le principe généralement adopté dans les commerces de détail est celui de la vente au comptant.

Le client achète ce qu'il désire, paie immédiatement le montant de ses achats et emporte ce qu'il vient d'acheter. Il y a aussi vente au comptant si le client se fait livrer à domicile les marchandises qu'il a choisies et s'il paie la facture au moment de la livraison, ou même peu de jours après.

Il y aura au contraire vente à crédit, dès l'instant où le client ne peut ou ne veut pas payer et demande au vendeur de lui donner la marchandise qu'il désire, le paiement ne devant avoir lieu que plus tard.

Dans le sujet que nous traitons, l'expression « crédit à la consommation » est alors très exacte.

Dans le commerce d'alimentation, en effet, plus encore que dans les autres commerces, la vente a lieu au comptant. Il s'agit en général d'achats journaliers et d'un montant peu élevé. Les clients achètent ce dont ils ont un besoin quasi-immédiat, car en dehors des conserves, la fraîcheur est ici d'une première importance. S'il y a crédit, ce sera par conséquent un crédit qui n'aura pas longtemps de garantie « réelle ». Les marchandises obtenues de cette façon sont consommées immédiatement et il n'y a aucune garantie possible en cas de non paiement. Il s'agit donc bien ici d'un crédit « à la consommation » dans le sens que Seligman (1) lui donne : « On comprend qu'il s'agit ici de crédit accordé à des individus pour les aider à se procurer des biens consommables, et non de celui qu'on accorde à un homme d'affaires dans un but productif. » En réalité, il s'agit même ici de biens consommables.

(1) « Etude économique de la vente à tempérament » (édition française par G. Lecharpentier, Tome premier, page 16).

Le crédit à la consommation a fait l'objet de nombreuses critiques. L'argument très souvent invoqué contre cette méthode de vente repose sur la conviction qu'il est dangereux d'encourager le consommateur à jouir d'abord et à ne payer qu'ensuite. Celui-ci s'habitue trop facilement à l'achat à crédit : des dépenses journalières, par exemple du pain, du vin, qu'il aurait pu payer au comptant sans inconvénient pour son budget, arrivent parfois à atteindre de telles sommes à la suite d'un certain temps, qu'il en est lui-même surpris et qu'il n'a plus, au moment promis, l'argent nécessaire pour s'acquitter de sa dette.

Du point de vue de l'intérêt général, le crédit à la consommation, en ce qui concerne l'alimentation, n'est pas une solution heureuse et doit être fortement déconseillé. En effet, les principaux bénéficiaires sont les classes ouvrières, pour lesquelles l'achat à crédit devient un « *modus vivendi* » : les commerçants qui s'y prêtent ont souvent de sérieux ennuis lorsqu'ils veulent se faire payer.

M. Truchy résume d'ailleurs les critiques contre le crédit à la consommation dans les termes suivants : (1)

« Le crédit à la consommation est celui que le preneur de crédit emploie à ce que nous avons appelé la consommation improductive. Tel est, notamment, le crédit fait par le commerçant au détail à la partie peu aisée de sa clientèle, ou bien le prêt que l'usurier propose au prodigue dans l'embarras. Les économistes n'ont guère de sympathie pour le crédit à la consommation et il est, en effet, l'occasion de graves abus; abus par l'emprunteur, des facilités que le crédit lui donne de vivre aux dépens d'autrui, de mener une existence au-dessus de ses ressources normales : abus par le prêteur des embarras où l'emprunteur se trouve, de sa faiblesse de caractère ou d'esprit. Du point de vue de l'intérêt général, le crédit à la consommation n'est pas une bonne chose: l'achat à crédit fait dans les classes populaires de grands ravages et il cause de sérieux ennuis aux commerçants qui ont affaire à cette clientèle. Il y a cependant des cas où le crédit à la consommation soulage des misères dignes de pitié et il est pour les gens qui n'ont pas de travail et de gains réguliers, le moyen de traverser les périodes de chômage. »

(1) Précis Economie Politique, Tome premier, 1936, 4^e édition, page 411.

Cette dernière remarque est exacte, mais est-ce bien le rôle du commerçant de jouer celui de banquier. Il est certes placé pour juger sainement une demande de crédit : en général, il connaît sa clientèle et sait à qui il peut faire confiance.

Ce que dit Seligman au sujet des automobiles est vrai pour tout autre octroi de crédit : « Un grand nombre d'acheteurs dont les voitures ont été reprises se sont trouvés dans l'obligation de retarder leurs paiements dès le premier mois, et ceci semble prouver que la cause de ce retard existait déjà au moment de la vente. Si cela est vrai, et il y a tout lieu de croire, on pourrait éliminer un grand nombre de retards et de défauts de paiement en étant plus circonspect lors de l'octroi du crédit. » (1.)

Dans tout ce que nous venons d'examiner, il ne s'agissait que de crédits occasionnels, c'est-à-dire que le principe général de vente était la vente au comptant, mais que pour certains clients et dans quelques circonstances, le commerçant faisait crédit.

Or, il existe un second cas : certains commerçants ont fait de la vente à crédit à titre publicitaire. Là où leurs concurrents ne pratiquaient que la vente au comptant, ils se sont faits les banquiers des clients qui venaient se faire servir chez eux. Mais le crédit qui se conçoit lorsqu'il s'agit d'achats importants, est critiquable quand il est accordé régulièrement par un commerçant au détail.

Ce genre de crédit à la consommation est en fait une vente à tempérament. M. Truchy en donne la définition suivante :

« La vente à tempérament se caractérise par le fait que le paiement est réparti par fractions, sur une période convenue. On peut se demander s'il s'agit là de crédit à la consommation : oui, si les biens vendus par cette méthode sont des biens de consommation (pianos, automobiles, etc...). Mais en tant qu'il s'agit de crédit à la consommation, il est d'une autre espèce que ce qu'on range d'ordinaire sous cette qualification.

(1) Opuscule cité, page 203.

C'est une méthode commerciale intéressante qui permet d'atteindre les nouvelles catégories d'acheteurs, et le fait seul d'être une méthode sépare cette forme de crédit à la consommation des autres. » (1)

On peut ainsi faire de la vente à tempérament un système spécial de vente. Inutile de dire les frais qu'occasionne un tel procédé commercial. En dehors de la tenue de la comptabilité qui exige alors des soins attentifs, le principe lui-même de vente exige que les produits soient augmentés dans des proportions sensibles.

« Un marchand de meubles dont les clients ont un revenu modeste et un crédit douteux nous informe qu'il majore de 25 0/0 le prix au comptant de ses marchandises. Cette majoration, sous défalcation des frais de la vente à crédit, doit compenser les pertes résultant de l'extension du crédit. » (2)

Nous avons à dessein noté cet exemple, bien qu'il soit en dehors de l'alimentation, car il indique brutalement les conséquences auxquelles aboutit obligatoirement la vente à crédit.

Aussi concluons-nous en disant qu'en dehors de cas exceptionnels où le crédit peut aider certains individus, la vente au comptant doit être adoptée dans les commerces de détail. Le consommateur s'y habitue très facilement et en est en définitive le vrai bénéficiaire.

SECTION II

Ventes au rabais

Notre intention n'est pas de nous étendre longuement sur les différents procédés de vente que l'on rencontre dans le commerce. Notre but est d'examiner

(1) Précis Economie Politique, Tome premier, 4^e édition, 1936, page 412.

(2) Seligman, op. cité page 203.

les possibilités offertes par la liberté du commerce et de l'industrie et d'indiquer notre avis sur les méthodes employées (1).

Quel que soit le commerce que l'on considère et tout au moins en période normale, tout objet, toute marchandise a un cours sur le marché. On entend par là le prix déterminé par la loi de l'offre et de la demande. Ainsi à telle date on dira que le cours du sucre était de 6 fr. 50 le kilog. On donne parfois à ce prix le nom de cours normal.

En résumé, le commerçant propose aux acheteurs telle ou telle marchandise à un prix donné et le principe est que normalement l'acheteur, quelle que soit sa situation, paie réellement ce prix.

a) La vente au rabais consiste au contraire dans une transaction où il y a un abaissement momentané des prix de certaines marchandises. Pour reprendre le cas indiqué plus haut, si le cours du sucre est de 6 fr. 50 le kg, il y aura vente au rabais si un commerçant annonce qu'il vend cette denrée à un prix inférieur.

Est-ce un droit pour un commerçant d'agir ainsi ?

Bry (2) dit que : « La baisse de prix se rattache à la liberté de l'industrie et du commerce et le débiteur ne peut être obligé, à moins de clauses formelles, de vendre ses marchandises à un prix supérieur à celui qu'il les a payées au fabricant. »

On pourrait déduire de cette affirmation qu'en principe il n'y a vente au rabais que si le prix de vente est inférieur ou tout au plus égal au prix d'achat. Nous estimons toutefois que si la concurrence joue complètement sur un marché déterminé, il y aura vente au rabais dès que le prix indiqué, même supérieur au prix d'achat, est manifestement bas et peu en rapport avec les frais généraux de l'entreprise.

En dehors du cas des prix imposés que nous verrons plus loin, chaque commerçant a, en principe, le droit de vendre au prix qui lui plaît, même à perte

(1) Plusieurs thèses ont pour objet principal l'étude de ces procédés de vente : Jouas : Les ventes au rabais dans le commerce de détail, Paris 1934. — Gaffet : La clause de revente à prix imposés (Thèse Paris 1937). — Malabard : La vente des articles de marque à prix imposés (Paris 1937).

(2) La propriété industrielle, littéraire et artistique. Ed. 1914, page 532.

s'il estime devoir le faire. Ces procédés, de vendre à très bas prix, peuvent lui attirer l'afflux momentané d'une clientèle, contre lequel les concurrents n'ont aucun recours, si ce n'est d'adopter le même procédé.

Toutefois, la Jurisprudence a été amenée à discerner les divers types de vente au rabais.

Alors qu'il n'y a aucune faute pour un commerçant à pratiquer la vente au rabais, s'il agit de bonne foi, la Jurisprudence, au contraire, considère qu'il y a concurrence déloyale si l'intention de nuire à un concurrent est manifeste. Ce sont des cas d'espèce.

Le commerçant qui se procure, par des manœuvres frauduleuses, des marchandises d'un de ses concurrents et les met en vente à des prix très inférieurs aux cours et les déprécie ou les fait déprécier par ses correspondants pour assurer par la suite la vente de produits similaires dont il a le monopole, emploie un procédé de vente au rabais, constitutif de concurrence déloyale, susceptible par suite d'être pour lui une cause de dommages-intérêts.

(Besançon — 25 avril 1877 — S. 77-2-269.)

La Jurisprudence considère de même que la vente au rabais perd son caractère légitime lorsqu'elle est purement mensongère. C'est le cas du commerçant qui annonce une telle vente et qui se trouve dans l'impossibilité de livrer les produits offerts au-dessous du cours.

Combien de fois ne voit-on pas dans les journaux des propositions de vente de produits connus à des prix dérisoires, ou selon la formule, à des prix défiant toute concurrence.

Si l'on écrit à ces vendeurs, ils répondent que leur stock vient d'être épuisé, mais qu'ils peuvent vous offrir des produits de qualité bien supérieure, mais à un prix bien plus élevé.

Ces façons de vendre doivent être prohibées : le commerce honnête doit être débarrassé de ces procédés que lui ignore et qui, pourtant, rejaillissent toujours un peu sur lui.

Nous ne nions pas l'utilité de la vente au rabais, mais il est nécessaire de la réglementer. Si les marchandises offertes sont de deuxième choix, le vendeur doit l'annoncer. Mais certains individus, nombreux en France, venus on ne savait d'où, s'étaient spécialisés dans ce genre de vente et offraient tous leurs

produits comme étant de qualité loyale et marchande et en tous points semblables à ceux vendus dans le commerce sérieux.

Ces commerçants, qui n'avaient de commerçant que le nom, sans en avoir la moralité, profitaient des foires, des braderies pour installer leur commerce et lançaient ainsi sur différents marchés des produits de basse qualité.

La question est d'autant plus grave en ce qui concerne l'alimentation que ces produits, tels biscuits, chocolats, etc..., sont susceptibles d'altérer la santé publique. Alors que des règlements obligeaient par exemple les boulangers et les bouchers à se conformer à des règles strictes d'hygiène, ces vendeurs, profitant de l'ambiance créée par leur « Vente au rabais », se souciaient bien peu de la santé de leurs clients.

C'est d'ailleurs une question qui intéresse au plus haut point le service des fraudes.

Nous retrouvons des inconvénients semblables lors de certaines adjudications. Nous avons vu plus haut (Chapitre II, Section I) l'exemple des bouchers militaires cité par Guyot. Lorsque des collectivités, Administrations ou Sociétés, font appel à la concurrence, l'adjudicataire est celui qui a fait le prix le plus bas ou qui a consenti le plus grand rabais sur un prix déterminé. Ces rabais sont parfois tels qu'il est impossible au soumissionnaire de livrer un produit de qualité. Nous pouvons citer le cas d'un hôpital où, à la suite d'un trop grand rabais consenti pour des livraisons de pâtisserie fraîche, les denrées furent si mauvaises, que le directeur se vit contraint de supprimer toutes commandes.

La Jurisprudence considère que commet un acte répréhensible celui qui annonce une vente au rabais, par suite de saisie (ou de faillite), de marchandises en énorme quantité, alors qu'il n'y a eu qu'un simulacre de saisie et que la quantité de marchandises est beaucoup moins considérable que celle annoncée.

(Tribunal commerce Amiens 1889, Tribunal commerce Rouen 4 juin 1887 — S. 89-2-93.)

En dehors de ces cas où la mauvaise foi vient fausser le but de la vente au rabais, nous reconnaissons que celle-ci peut être fort utile. Même et surtout dans le commerce d'alimentation, elle permet de limiter les pertes. L'épicier qui, par exemple, a reçu un wagon de sucre mouillé en cours de transport, aura tout intérêt à le vendre le plus vite possible. Il agira au mieux de ses intérêts en

annonçant une vente au rabais qui attirera chez lui le maximum d'acheteurs.

D'autres produits alimentaires ont une durée de conservation limitée et le commerçant doit exercer une surveillance continue sur ses stocks. Il peut arriver que ses ventes se sont ralenties ou qu'il ait acheté une trop grande quantité : il se verra un jour dans l'obligation de baisser momentanément ses prix pour écouler les denrées qui sont susceptibles de s'abîmer.

Là encore, la vente au rabais sera « économique » et les concurrents ne verront pas dans cette activité une offensive illégitime dirigée contre eux.

b) Deux autres types de vente se rapprochent de la vente au rabais : ce sont la vente publique de marchandises neuves et la vente au déballage.

Ces procédés de vente peuvent présenter de graves inconvénients pour les commerçants établis. Possédant un local commercial où le client se rend pour acheter les produits dont il a besoin, ces commerçants subiraient de graves préjudices si, à l'occasion de ventes publiques, une quantité de marchandises se trouvait répandue sur le marché et vendue aux enchères publiques à la suite de réclames plus ou moins tapageuses. Le préjudice pourrait aussi être grand si des forains venaient, dans une localité, offrir des stocks de produits en utilisant le procédé de la vente au déballage.

Ces types de vente sont réglementés en France :

Par la loi du 25 juin 1841 sur les ventes aux enchères de marchandises neuves, complétée

Par la loi du 30 décembre 1906 sur les ventes au déballage.

La loi du 25 juin 1841 indique :

Art. premier. — Sont interdites les ventes en détail des marchandises neuves, à cri public, soit aux enchères, soit au rabais, soit à prix fixe proclamé avec ou sans l'assistance des officiers ministériels.

Art. 2. — Ne sont pas comprises dans cette défense les ventes prescrites par la loi ou faites par autorité de justice, non plus que les ventes après décès, faillite ou cessation de commerce, ou dans tous les autres cas de nécessité, dont l'appréciation sera soumise au Tribunal de Commerce.

Sont également exceptées les ventes à cri public de comestibles et objets de peu de valeur connus dans le commerce sous le nom de menue mercerie.

Art. 3 et 4. — Les ventes devront être faites selon les formes prescrites et par les officiers ministériels prévus aux articles 625 et 945 C. Proc. Civ. et 486 C. com.

L'article 5 indique les conditions dans lesquelles peuvent avoir lieu les ventes autorisées.

Mais si la loi indique l'interdiction de la vente des marchandises neuves, elle ne dit pas ce qu'il faut entendre par l'expression neuves. La Jurisprudence a donc dû rechercher le critérium permettant de distinguer la marchandise neuve de celle qui ne l'est pas : « Une marchandise sera neuve tant qu'elle n'aura pas passé entre les mains des clients, même si elle a subi des détériorations sensibles dans le magasin du commerçant. »

La loi de 1841 suppose qu'il s'agit d'une vente à cri public, aux enchères ou au rabais, et la pratique des fausses liquidations, des soldes fictifs, des abus du déballage échappe fort souvent à ses prohibitions. Les déballeurs et liquidateurs ont su en tourner les dispositions. C'est pourquoi la loi du 30 décembre 1906 les renforce utilement et efficacement.

Art. premier. — « Les ventes de marchandises neuves non comprises dans les prohibitions de la loi du 25 juin 1841 sur les ventes aux enchères publiques ne pourront être faites sous la forme de soldes, liquidations, ventes forcées ou déballages, sans une autorisation spéciale du maire de la ville où la vente doit avoir lieu. Pour obtenir cette autorisation, le demandeur sera tenu de fournir un inventaire détaillé des marchandises à liquider, en indiquant leur importance en numéraire et le délai nécessaire pour leur écoulement. Il pourra être tenu de justifier de la provenance des marchandises par la production de ses livres et de ses factures. Pendant la durée de la liquidation, il lui sera interdit de recevoir d'autres marchandises que celles figurant à l'inventaire pour lequel l'autorisation aura été accordée. »

Cette loi est générale en ce sens qu'elle s'applique autant aux commerçants sédentaires qu'aux forains.

Ces derniers étaient spécialement visés, ainsi qu'il ressort de l'exposé des motifs de la loi (D. 1907-4-62 en note) qui annonce que l'on atteint ainsi facilement les forains « dont les ventes sont une cause de perturbation pour le commerce en même temps qu'une source d'abus, de déceptions et de fraudes ».

On a voulu éviter que ces ventes qui ont généralement lieu dans une ambiance spéciale, qui sont rapides et où le client ne peut apprécier sûrement les produits qu'on lui propose, soient strictement réglementées. La loi de 1841 et celle de 1906 ont autant eu en vue l'intérêt légitime des commerçants au détail qui supportent des frais de patente et de gestion, que celui des consommateurs qui risquent beaucoup d'être trompés.

Il serait même utile qu'une législation plus stricte intervienne en ce qui concerne l'alimentation. Trop de produits destinés à la consommation sont vendus sur les places sans garantie bien effective. Nous ne critiquons pas tous les forains, mais ce que nous ne voulons pas, c'est qu'un commerce douteux prenne la place du commerce normal, honnête et sûr.

« Les ventes publiques de marchandises en détail, particulièrement les ventes aux enchères, ont été considérées par le législateur comme pouvant favoriser des spéculations nuisibles à l'intérêt des consommateurs et à la prospérité du commerce. Par la rapidité avec laquelle se font ces ventes, elles donnent la plus grande facilité pour tromper l'acheteur qui n'a pas le temps de réfléchir. Elles peuvent fournir au commerçant sur le point d'être déclaré en faillite, un moyen de faire disparaître le gage de ses créanciers : elles permettent même parfois d'écouler des marchandises provenant de vol. En livrant tout à coup, en un seul lieu, à la consommation, une grande quantité d'objets de la même nature, elles peuvent causer un grave préjudice aux commerçants qui ne veulent faire des ventes que dans les conditions ordinaires (1). »

SECTION III

Ventes à primes

Certains auteurs classent ce type de vente dans la série des « ventes au rabais ». Bien que cela soit exact, nous préférons l'étudier à part, car il a une base différente.

Nous avons vu que la vente au rabais consistait à vendre un produit à un prix inférieur au cours normal. Dans la vente à prime, on maintient le prix de vente normal, mais en plus de ce qu'il achète, on donne à l'acheteur un cadeau, une prime. C'est précisément l'octroi de ce supplément qui doit inciter les consommateurs à l'achat.

(1) Traité de Droit commercial, Lyon, Caen et Renault, 4^e éd., Tome 3, n° 209.

En quoi consiste la prime ?

La prime peut être un objet immédiatement remis au moment même de l'achat. En général, on ne considère pas comme primes, mais plutôt comme simples objets publicitaires, les crayons, carnets, calendriers, etc..., que l'on remet à la clientèle. La prime doit représenter un véritable cadeau.

Aussi est-elle fonction de l'importance de la vente : le commerçant affecte à la distribution de la prime une part de son bénéfice.

Dans le commerce d'alimentation, où les achats se font au jour le jour, il aurait été difficile de donner immédiatement une prime de valeur. De là est né le procédé du timbre-prime : chaque achat donne droit à un certain nombre de petites vignettes que le client va collectionner. Un tableau ou un prospectus lui fera savoir que, moyennant tel ou tel nombre de timbres-primes, il pourra obtenir tel ou tel cadeau.

Ce cadeau peut être un article lui-même à vendre chez le commerçant, par exemple un litre de vin chez un épicier; mais ce peut être aussi un article absolument étranger au commerce, par exemple un service de table. Dans le premier cas, le client peut évaluer tout de suite la valeur de sa prime; dans le second, à moins que le cadeau ne soit un article de marque, poste de T. S. F., etc..., il ne peut s'en faire qu'une idée approximative.

A priori, on ne voit rien de critiquable dans ce genre de vente. Nous allons en approfondir le processus en examinant d'abord la vente à prime dans le cas de prix imposés, puis dans celui de vente libre.

a) *Cas de prix imposés*

Nous ferons plus loin l'étude de la vente à prix imposés. Contentons-nous ici de signaler que le prix imposé est le prix auquel un vendeur, en général un fabricant, oblige un commerçant à revendre les produits qu'il lui a fournis.

Généralement, il est conçu de telle manière qu'il laisse à ce dernier un bénéfice honnête : commercialement on emploie le terme « marge bénéficiaire » et, plus simplement, « la marge » pour désigner ce bénéfice. Cette marge varie suivant les produits, selon leur rapidité de vente, mais surtout selon les maisons.

Si la marge laissée aux revendeurs est trop grande, ce qui est souvent le cas, ceux-ci peuvent être amenés à se concurrencer soit en faisant des rabais, par exemple un pourcentage d'escompte sur le prix de vente, soit en pratiquant le système de la vente avec primes.

Le prix imposé est alors théoriquement respecté, mais pratiquement il ne l'est plus. En poussant un peu le procédé, on arrive d'ailleurs à des situations curieuses. Nous mentionnerons à titre d'exemple un cas qui nous fut rapporté par l'agent général d'une grande maison de liqueurs. Cette maison obligeait les commerçants à revendre ses produits à des prix imposés. Dans une ville du Centre, un épicier qui avait adopté le principe de vente avec timbres-primes pour la plupart des produits, mit en vitrine une liqueur, l'afficha au prix imposé en indiquant que cet achat donnait droit à 5 timbres-primes. D'après la liste des objets correspondant aux bons-primes distribués par cette maison, on pouvait déduire que la valeur du bon-prime était approximativement de 0 fr. 50. Un concurrent de l'épicier qui, lui, pratiquait la vente directe, c'est-à-dire sans escompte, sans rabais, sans ticket-prime et qui, par suite du prix imposé, se trouvait dans l'obligation de vendre au prix marqué sous peine de poursuite, estima qu'il pouvait lutter contre l'épicier de la façon suivante : il annonça que pour tout achat d'un litre de liqueur, il donnerait en prime 5 timbres-poste de 0 fr. 50. Mais la maison fabricante n'admit pas le procédé et intenta un procès. Et pourtant, n'était-ce pas là une riposte tout à fait logique de la vente à timbres-primes ? Quelle différence voit-on entre ces deux façons d'agir, si ce n'est que dans le premier cas il y a une prime différée en marchandises, tandis que dans l'autre il y a une prime immédiate en valeur, le timbre-poste représentant une valeur-monnaie.

b) *Cas de vente libre*

Il y a vente libre lorsque le commerçant établit lui-même ses prix de vente. C'est dans ce cas que la vente avec tickets-primes a pris une grande extension. Souvent et principalement dans les entreprises commerciales d'alimentation, les commerçants ont créé des marques personnelles. Au lieu de vendre du café, par exemple, sous le nom générique, ils l'ont emballé dans un sac spécialement choisi et proposé ensuite au consommateur sous une marque qu'ils ont déposée, Café des Empereurs, Café Saint-Martin, etc... Vendant ainsi des produits de leur marque, ils ont éliminé en partie la concurrence et pu mettre sur pied une organisation complète de vente à prime. La plupart des épiciers avaient adopté

ce procédé. Leurs produits n'étant en vente que chez eux ou dans leurs dépôts, ils se sont surtout attachés à donner la prime la plus susceptible d'intéresser l'acheteur, à tel point que les vitrines d'exposition de certains épiciers contenaient non plus des articles d'alimentation, mais uniquement de la vaisselle, des jouets, des pendules, etc... La concurrence ne jouait plus sur le produit, mais sur la prime.

Examinons les possibilités qu'a un commerçant de donner des primes, dans le cas de vente libre.

Dans une région donnée, les prix de revient pour des marchandises de même qualité sont sensiblement les mêmes pour des entreprises arrivées à un stade identique d'organisation. Reprenons l'exemple du café : ce produit est coté sur des places telles que Le Havre, Marseille, et chacun a la possibilité d'acheter dans les mêmes conditions que ses concurrents. Si lors de la vente, la concurrence joue normalement, la « marge » sera restreinte : par suite, dans ce cas, il faudra jouer sur la qualité pour qu'il y ait possibilité de primes. Par exemple, un commerçant vend un produit A au prix de 10 francs. Son concurrent, qui veut vendre avec tickets-primes ne pourrait vendre ce même produit que le même prix : pour continuer sa méthode de vente, il sera obligé de chercher un produit B inférieur en qualité, donc moins cher à l'achat. Il le proposera cependant à ses clients en leur disant qu'il est de même qualité que le produit A et en le vendant 10 francs, il pourra leur faire cadeau de tickets-primes.

Les articles pour lesquels il a été facile de commencer la vente avec primes sont ceux qui sous le même nom (sucre, café, thé, par exemple) représentent ou peuvent représenter des produits bien différents. Pour arriver à fournir les plus belles primes, les épiciers ont surtout recherché parmi ces produits ceux d'un type « normal », d'un goût plaisant à leur clientèle, mais susceptible surtout de laisser la marge suffisante pour permettre la distribution de jolis cadeaux.

C'est cette façon d'agir que nous combattons. Cette question de la vente à primes a fait d'ailleurs l'objet de nombreuses discussions tant aux Chambres que dans les milieux intéressés. Nous ne les reprendrons pas ici en détail, mais nous examinerons toutefois les arguments invoqués par les partisans de la prime. M. Picard (1) prétend que la vente avec primes est un procédé ingénieux qui, loin d'être anticommercial, favorise au contraire le mouvement des affaires.

(1) Roger Picard, « Formes et méthodes nouvelles des entreprises commerciales ».

Une personne, dit-il, qui aura reçu en prime un service de verres ou de table sera dans l'obligation d'acheter chez le marchand de faïence les articles qu'elle arrivera à casser. Cela est peut-être exact, mais ne nous empêche pas de critiquer la distribution de primes.

En effet, la personne qui désire un service de table va s'enquérir si elle peut l'obtenir avec des tickets-primes qu'elle recevra chez l'épiciér. Elle n'achètera donc pas ce service chez le marchand spécialiste patenté, d'où mévente certaine pour ce dernier. De plus, en quelque sorte hypnotisée par le désir de recevoir « en prime » le cadeau qu'elle convoite, la cliente, tout comme le collectionneur de petits bibelots ou de timbres-poste, se précipitera à toute occasion chez son épiciér. Quel que soit le prix pratiqué par les autres commerçants, elle n'aura qu'un désir : compléter son carnet de timbres-primes, ce qui lui permettra d'obtenir, gratuitement pense-t-elle, l'objet de ses désirs.

Peut-on vraiment voir là une bonne méthode commerciale ? Non, à notre avis : ce procédé de vente doit être prohibé. Si l'on veut vraiment protéger le consommateur, il faut que la vente reste saine, libérée d'accessoires absolument inutiles.

On peut encore relever d'autres inconvénients de la vente avec primes. Le fait de vendre avec primes ou avec escompte se retourne contre le commerce lui-même. Ce sont de tels procédés qui font penser aux consommateurs que les commerçants vendent trop cher puisqu'ils peuvent se permettre de faire des cadeaux. Cela joint aux idées trop répandues que seuls les commerçants gagnent facilement de l'argent, fait que les clients arrivent à accepter d'autant plus vite la création de Coopératives et d'Economats. La problème a donc des répercussions très graves.

Il est vrai que les partisans de la prime répliquent à cela en tentant de prouver que l'octroi de la prime ne les oblige pas nécessairement à vendre plus cher que les autres commerçants. L'accroissement de leurs ventes et, par suite, de leurs bénéfices permettrait cette réalisation. Remarquons que si cette augmentation du chiffre d'affaires a été possible assez souvent, c'est que les adversaires de la prime n'ont pas réagi : ils ont maintenu leur principe ancien. Ce qui était possible aux uns l'était aussi aux autres. Nous avons déjà vu qu'en ce qui concerne le cas particulier de la vente à prix imposés, les partisans de la prime n'avaient aucune difficulté à respecter ce prix puisque, plus la « marge » était forte, plus il leur était facile d'augmenter le nombre de tickets-primes. Pendant

ce temps, les autres commerçants vendaient honnêtement, sans aucun rabais, au prix imposé, et semblaient de la sorte prendre un bénéfice illicite.

Les partisans de la prime admettent généralement que, pour avoir une réelle utilité, la prime doit avoir une certaine valeur susceptible de tenter le client. Mais alors elle « coûte » et si elle n'existait pas, le prix de vente pourrait être réduit. On peut ici retourner en notre faveur l'argument indiqué plus haut en faveur de la prime : le commerçant qui aura abaissé ses prix de vente (tout comme plus haut celui qui distribuait des tickets-primés) pourra retrouver le même bénéfice en augmentant son chiffre d'affaires. Mais dans ce dernier cas, la vente sera « nette », le consommateur aura payé le « juste » prix. Nous maintenons en effet que dans un régime de liberté du commerce où existent les éléments que nous avons déjà indiqués (marché sain, nombre de commerçants suffisant pour créer une réelle concurrence, entreprises commerciales d'une certaine importance), les prix sont tels, qu'à part quelques exceptions, les méthodes de ventes ne permettent pas l'octroi de primes, vu les bas prix pratiqués.

La vente à prime a encore un autre inconvénient. Nous avons vu que seule une prime de valeur peut attirer le client. Il faut aussi que le client puisse choisir entre plusieurs primes. Certains commerçants n'auraient pu réaliser eux-mêmes une organisation suffisante pour satisfaire leur clientèle. Il s'est alors créé des sociétés (Le Grillon du Foyer, etc...) qui, moyennant un pourcentage sur le chiffre d'affaires des commerçants, les débarrassaient de tout souci concernant la distribution des primes. En échange des sommes ainsi versées, ils recevaient des tickets-primés qu'ils remettaient à leurs clients. Ceux-ci, en possession d'un certain nombre de tickets, s'adressaient directement aux sociétés distributrices qui leur délivraient la prime choisie. Quelques sociétés remplirent leur engagement, mais d'autres, au contraire, y virent uniquement une possibilité de gain et ne tardèrent pas à faire faillite, laissant entre les mains des consommateurs des quantités de carnets remplis de jolis timbres.

Là encore, reconnaissons que la vente avec primes n'avait guère montré son utilité commerciale. Ce qui est plus incompréhensible, c'est que des gens qui se prétendent commerçants, autorisent aussi facilement des organismes parasites à se mêler à leur activité et à s'attirer à échéance plus ou moins lointaine des ennuis qu'ils auraient dû prévoir.

Mais si la vente à primes a eu ses partisans, elle a eu aussi ses adversaires. Nous venons de voir avec plaisir que le Comité général d'organisation du Com-

merce, créé en exécution de la loi du 16 août 1940, vient de prendre la décision suivante :

Art. premier. — À l'occasion de la vente de marchandises quelconques, il est interdit de délivrer gratuitement à la clientèle aucun autre objet de valeur marchande quelconque, ainsi qu'aucun bon, ticket, vignette, timbre-prime ou autre timbre similaire qui ouvrirait à la clientèle droit à se faire délivrer gratuitement de tels objets.

Art. 2. — Cette interdiction ne s'applique pas aux articles-réclame de faible valeur conçus et marqués spécialement pour la publicité directe de l'entreprise.

Art. 3. — Les timbres ou coupons acquis antérieurement à la présente décision donnent droit à remise en espèces par les distributeurs de la valeur des primes qui ne peuvent être délivrées en nature.

Art. 4. — Toute infraction aux dispositions de la présente décision expose son auteur aux sanctions prévues par l'article 7 de la loi du 16 août 1940.

C'est une réglementation que nous voudrions voir généralisée par une loi, estimant que la vente doit être débarrassée de tout artifice et que la libre concurrence doit permettre au consommateur de bénéficier du plus bas prix, ce qui, en définitive, l'intéresse certainement plus que de recevoir des bons, tickets ou autres dont une bonne partie est d'ailleurs souvent perdue.

SECTION IV

Ventes à prix imposés

Nous nous proposons d'étudier les incidences de la vente à prix imposés sur le sujet que nous traitons, c'est-à-dire le principe de la liberté commerciale dans les commerces d'alimentation.

Le régime des prix imposés n'intervient que lorsqu'il s'agit d'articles de marque. Hoornaert en parle dans les termes suivants :

« Contrairement à l'article anonyme, l'article de marque est un produit standardisé, individualisé. Dès sa sortie de l'usine, il possède un état civil, une filiation : il est loisible à chacun de le reconnaître, de l'identifier, de le comparer

à d'autres. Confondre et traiter deux articles économiquement et juridiquement distincts, l'article anonyme et l'article de marque, c'est méconnaître les données fondamentales du problème. » (1)

Puis il définit la politique des prix imposés : « Un ensemble de mesures qui, à l'occasion de la vente d'un article de marque, tendent à empêcher la distribution de cet article au consommateur à un prix au-dessous ou au-dessus de celui fixé par le fabricant. »

Théoriquement, la réglementation de la vente à prix imposés peut se concevoir de plusieurs façons :

a) Elle peut consister dans un *prix ferme* auquel il faut vendre tel ou tel produit.

b) Ce peut être un *prix maximum* : elle a alors pour but d'éviter que le revendeur ne prenne un trop grand bénéfice. Cela permet d'éviter également le « sabotage » de l'article envisagé. En effet, un commerçant qui vend un produit trop cher fait à la maison productrice une concurrence déloyale : il peut exposer dans une même vitrine deux produits similaires : la seule différence de prix fera de la publicité pour l'un au détriment de l'autre.

c) La réglementation peut enfin avoir pour but de fixer un *prix minimum* de vente. On veut, dans ce cas, protéger le produit et empêcher qu'il ne soit avili par la vente à un prix trop bas. Pour la clientèle, le bas prix unique indique, souvent à juste titre d'ailleurs, une qualité inférieure.

Pratiquement, c'est cette dernière disposition qui prévaut. Lorsqu'on parle de prix imposé, on entend un prix fixé par le fabricant et au-dessous duquel les revendeurs n'ont pas le droit de vendre.

Que penser de ce droit de vendre à prix imposé ?

a) Examinons tout d'abord la question du côté « fabricant ».

(1) Hoornaert, La politique des prix imposés, page 19.

Hoornaert l'envisage de la façon suivante : (1)

« Née de la nature des choses, de l'évolution de la production moderne, la politique des prix imposés n'est pas un système arbitraire ou artificiel que forgerait un besoin de cupidité ou de despotisme. Elle ne relève en rien de l'économie dite dirigée. Elle est par ses origines, où tout le progrès moderne a sa part, une condition déterminée et nécessaire : *une loi économique. Elle est la méthode orthodoxe de vente de l'article de marque.* »

Hoornaert établit dans son ouvrage une théorie juridique de la vente à prix imposé. Dans la préface de ce livre (p. 9), M. Ripert la résume ainsi : « Tout propriétaire d'un fonds de commerce a d'abord un droit sur l'universalité, sur l'entreprise, un droit d'exploitation, d'organisation qui ne saurait en l'espèce se concevoir sans une politique de vente à prix imposé, celle-ci étant le corollaire de la vente de l'article de marque.

Indépendamment de ce droit sur l'ensemble, il possède un droit sur les éléments qui le composent : le goodwill et la marque. M. Hoornaert fait une analyse psychologique et juridique du goodwill. Il comprend sous ce vocable : la renommée du produit, l'achalandage identifié à la clientèle et enfin la force dynamique de l'entreprise, son potentiel de vente... Il existe une étroite dépendance entre la marque et le prix : tous deux sont des signes du goodwill. Or, personne n'a jamais douté que le producteur ait le droit de défendre son fonds et son goodwill. Pourquoi douter dès lors qu'il ait le droit de défendre son prix ? »

(1) Hoornaert, op. cité, page 82.

Ch. Favre-Gilly (1) soutient d'ailleurs la même théorie : « La marque représente la valeur de rendement économique : le prix, la valeur d'échange. L'un comme l'autre comporte donc une information sur la position du produit fabriqué dans la hiérarchie des valeurs. Ils qualifient également. Ils font donc au même titre partie du droit de propriété commerciale et peuvent, par conséquent, se réclamer l'un et l'autre de la protection légale. C'est par application du même principe que le fabricant peut imposer le respect de sa marque et le respect de ses prix. Il n'y a en l'espèce qu'exercice normal d'un droit légalement reconnu. »

Le fabricant aurait ainsi le droit non seulement de défendre sa marque, mais encore celui de fixer un prix de vente et de le faire respecter. Bien que ce dernier aspect ne soit pas unanimement accepté, nous pouvons l'admettre.

b) Mais examinons alors le problème du côté du revendeur. Que l'achat consiste en des articles anonymes ou en des articles de marque, l'opération en elle-même est identique. Mais où il intervient un grand changement, c'est lorsque ce commerçant va vouloir revendre.

Pour des produits anonymes, il établira ses prix de vente comme il l'entend : généralement il aura calculé ses frais généraux et il se contentera alors de majorer son prix d'achat du pourcentage qu'il estime être nécessaire et suffisant. Théoriquement, rien ne l'empêche de fixer ses prix comme il le veut, de vendre au même prix qu'il a acheté et, le cas échéant, par exemple, dans un but de concurrence ou de publicité, de vendre même à perte.

Quand il s'agit d'articles de marque, au contraire, le fabricant va pouvoir l'obliger à vendre ses produits à un prix fixé d'avance par lui, c'est-à-dire à prix imposé. La liberté dont jouissait le revendeur dans l'exemple ci-dessus a ici disparu et certains auteurs ont prétendu que le système de la vente à prix imposé était contraire au principe de la liberté du commerce et de l'industrie. En réalité, il n'en est rien : ce principe joue autant pour le fabricant que pour le revendeur et la liberté du premier vaut autant que celle du second. Il y a tout au plus restriction de cette liberté qui est souvent conventionnelle, comme nous allons le voir.

(1) La politique des prix fixes, p. 20.

Au moment de la transaction, ou même avant s'il y a eu demande de prix, le fabricant a fait connaître à l'acheteur ses conditions de vente : il l'a averti qu'il imposait un certain prix pour la revente aux consommateurs ou même à tout autre acheteur.

De plus, la facture porte souvent cette même mention de la revente à prix imposé. Enfin, dans certains cas, le prix imposé est porté sur le produit lui-même. Cela existe surtout en pharmacie, mais aussi sur plusieurs produits d'alimentation, café, pâtes alimentaires. L'acheteur ne doit donc pas être surpris et on peut dire qu'il a donné son consentement au prix imposé, par le fait même de son achat.

Dans l'alimentation, la vente à prix imposé a pris une grande extension : plusieurs articles d'épicerie, les vins, les liqueurs sont vendus de cette manière. Pour pouvoir, le cas échéant, faire valoir leurs droits et faire respecter les prix imposés, les maisons détentrices de marques déposées ont créé la S. M. A. R. (Syndicat des marques alimentaires réglementées).

En vertu de la loi du 24 mars 1884 sur les Syndicats professionnels et de celle du 12 mars 1920 sur le label syndical, le S. M. A. R. peut agir au nom de ses adhérents. Il leur évite ainsi des procès ennuyeux et des démarches difficiles. Les fabricants répugnent, en effet, toujours à intervenir eux-mêmes près des clients qui ne suivent pas les prix imposés. Ils ne veulent pas les froisser, dans la crainte de les perdre.

Le Syndicat, au contraire, a plus grande liberté de manœuvre. Il a une personnalité différente de celle de la maison au sujet de laquelle il intente un procès et agit en quelque sorte d'une manière anonyme. De son côté, le fabricant a la possibilité de dire à son client qu'il n'y est pour rien et que seul le S. M. A. R. a jugé utile de le poursuivre.

Il n'y a d'ailleurs pas poursuite dans tous les cas. Souvent le S. M. A. R. invite le revendeur à respecter les prix imposés et ce n'est que sur son refus ou son insistance à vendre au-dessous du tarif qu'il se lancera dans des poursuites judiciaires.

Le S. M. A. R. prend de plus la précaution de se faire connaître des revendeurs de produits de marque. Souvent un timbre indique que le produit est vendu à prix réglementé et est collé sur la bouteille ou le paquetage du

produit. Le syndicat publie, en outre, un tarif qui mentionne les produits qui doivent être revendus à prix imposés et fait connaître ces prix.

Par cet organisme, les fabricants qui imposent leurs prix de vente ont ainsi la faculté de les faire respecter en restant en quelque sorte en dehors de la réglementation proprement dite.

Mais quels sont, en réalité, les avantages et les inconvénients de cette réglementation.

1° *Avantages*

Nous avons vu que les partisans du prix imposé prétendent que le fabricant a le droit de s'intéresser au prix de revente de ses produits par le détaillant. S'agissant d'un article de marque qu'il a créé, qu'il désire voir apprécier du public, il pourrait empêcher que par une politique maladroite des revendeurs, tous ses efforts ne soient un jour annihilés. Par le système de vente à prix imposé, le fabricant aurait la certitude que son produit ne sera pas gâché et que le consommateur ayant pu en apprécier la qualité et le juste prix, lui restera fidèle. De son côté, le détaillant doit retirer des avantages de ce procédé. Le prix de vente étant le même, il n'aura pas à craindre une concurrence qu'il ne pourrait pas soutenir. C'est la thèse soutenue dans un article paru dans le Bulletin du Comité technique de l'alimentation (15 fév. 1929, p. 5) : « Les grandes maisons ont toute possibilité pour vendre à prix coûtant, parce qu'en raison de leurs ventes importantes et très variées, elles peuvent plus facilement se rattraper sur d'autres articles. Les petites maisons, au contraire, ne pouvant se permettre l'emploi de moyens de réclame aussi onéreux, préfèrent s'abstenir ou se trouvent contraintes d'offrir des produits de substitution qui n'offrent pas à la clientèle la garantie facilement contrôlable d'une maison bien connue du public. Si en assurant une marge déterminée, on les met tous dans la possibilité de tenir des articles de qualité et de vente facile, la réglementation a donc pour conséquence de favoriser le petit commerce sans nuire aux maisons les plus importantes auxquelles on assure le même bénéfice qu'aux petites. »

Le prix imposé serait une garantie pour le détaillant : il aurait la certitude de vendre avec un bénéfice fixé d'avance, ce qui lui permettrait de mieux diriger et développer son affaire.

Quant au consommateur, il y trouverait aussi son compte. En achetant l'article de marque à prix imposé, il a la certitude d'obtenir la marchandise

demandée et de la trouver dans la plupart des commerces. Il en connaît à l'avance le prix de vente et peut ainsi, sans avoir besoin d'entrer dans un magasin, en faire la comparaison avec d'autres articles. L'article de marque aurait enfin l'avantage d'être d'une qualité régulière.

2° *Inconvénients*

Nous ne contestons pas les vertus économiques de la vente à prix imposé, mais une analyse plus profonde nous montrera qu'on n'en retire pas que des avantages. Tout d'abord, nous ferons une observation générale : le principe du prix imposé est contraire à la loi économique de l'offre et de la demande. Certes, le fabricant a le droit de protéger sa réputation, son « goodwill », mais le prix du marché est toujours conditionné par la demande. Les prix doivent refléter l'état psychologique du consommateur. Il n'est sans doute pas nécessaire que les prix changent sans cesse, mais n'y a-t-il pas un inconvénient plus grand dans la *rigidité* du prix inhérente à la politique du prix imposé ?

Si nous reprenons maintenant la même division que nous avons suivie ci-dessus, nous verrons tout d'abord qu'en ce qui concerne le fabricant lui-même, le prix imposé a des inconvénients. Nous avons vu qu'il revendique le droit de savoir si ses articles sont bien vendus au prix qu'il a fixé. Mais examinons le cas d'une baisse assez sensible. Une bouteille de liqueur de marque, par exemple, devait se vendre 30 fr. Supposons que le nouveau prix imposé ne soit que de 28 fr., on voit immédiatement l'embarras dans lequel va se trouver le fabricant. Les détaillants possèdent en stock une certaine quantité de marchandises qu'ils pensaient vendre au prix imposé au moment de l'achat. Ils vont donc se plaindre au fabricant du préjudice qu'ils vont subir et ce dernier sera dans l'obligation ou de leur faire une remise sur leur stock, ce qui n'est guère intéressant, ou d'envisager de perdre plusieurs clients.

Du côté des détaillants, des revendeurs plutôt, les critiques sont encore plus nombreuses et plus variées.

La fixation du prix imposé concourt effectivement à la distribution d'un produit. Mais étant donnée la certitude d'un bénéfice, il est à craindre que les fabricants ne diffusent leurs produits d'une façon absolue. Là où jadis un seul commerçant vendait une « marque », on voit aujourd'hui des quantités de distributeurs. Ils ont sollicité le fabricant et ce dernier n'a pas su résister au

désir de vendre davantage. Voici d'ailleurs un procédé souvent employé. Un fabricant fait des conditions de vente avantageuses à un commerçant d'une région pour un produit qu'il désire lancer. Le prix de revente est libre et le commerçant faisant de gros efforts réussit à introduire la marque dans la clientèle. À ce moment, d'autres commerçants à qui leurs clients réclament le même produit, vont demander au fabricant de les livrer. Ce dernier, enchanté du succès, leur fournit de la marchandise et, peu après, impose ses prix de vente au détriment du premier vendeur qui pensait surtout avoir travaillé pour lui. Le cas est fréquent pour les produits d'épicerie et les liqueurs.

D'autre part, par le fait même que le prix est imposé, la clientèle devient plus instable. Assurée d'être servie partout de la même qualité et au même prix, elle n'a plus aucune raison d'avoir un fournisseur régulier et n'importe qui peut, dans ce cas, s'établir commerçant. La comparaison que l'on a pu en faire avec un distributeur automatique est on ne peut plus justifiée.

Un autre reproche souvent fait au prix imposé est que le bénéfice accordé est souvent insuffisant et fixé d'autorité par le fabricant. « C'est ce prix de vente imposé et fixé par le fabricant, sans avoir consulté le vendeur, qui nous apparaît comme une chose révoltante, et nous ne pouvons comprendre qu'elle soit acceptée aussi facilement par des commerçants établis. Nous trouvons absolument honteux que des commerçants détaillants soient obligés, sous peine de ne pouvoir faire des affaires, d'accepter les prix qu'il plaît au fabricant de désigner. » (1)

Comment concevoir qu'un fabricant puisse imposer les mêmes prix de vente à des individus dont les frais généraux sont tout à fait différents. La situation de l'entreprise, son importance, la manière dont elle est dirigée jouent dans des proportions considérables dans la possibilité qu'a un commerçant de fixer ses prix de vente. Le point de vue fiscal lui-même n'est pas à négliger : en dehors de la patente et d'autres frais inhérents à chaque commerce, il y a parfois des situations particulières à certaines entreprises commerciales.

Considérons le commerce des vins et spiritueux : Dans un chai où les marchandises sont réceptionnées sous acquit à caution, les Contributions Indi-

(1) « *Vendre* », février 1929, p. 91. (M. Heymann, président de la Chambre Syndicale de l'Horlogerie du Nord de la France.)

rectes admettent qu'il faut accorder aux entrepositaires un pourcentage qui ne paiera pas les droits à la sortie. La raison en est que par suite de casse, d'évaporation ou de coulage, une partie des marchandises reçues en suspension de droits n'est pas livrée à la consommation : le pourcentage forme ce que l'on appelle les déductions : elles sont plus fortes pour les marchandises en fûts que pour celles en bouteilles. Si un entrepôt de gros communique intérieurement avec un magasin de détail, le grossiste se voit supprimer toutes déductions accordées aux autres grossistes. Ceci nous permet en outre de signaler en passant une de ces inégalités difficilement compréhensibles. La concurrence doit être naturelle et ne doit pas être favorisée par des mesures qui avantagent les uns au détriment des autres.

Même en supposant qu'avant de fixer le prix imposé, le fabricant fasse une enquête près des revendeurs, le résultat ne sera pas toujours très juste. Les principes de vente sont différents, les frais généraux sont aussi, nous l'avons déjà indiqué, très variables; il s'ensuivra que pour certains, le bénéfice sera normal, pour d'autres il sera trop faible ou trop fort. Ainsi le commerçant qui vend à crédit perd par là même un certain pourcentage, représenté par l'intérêt de l'argent, les risques de perte et le travail de comptabilité supplémentaire : celui qui vend avec escompte ou tickets-primés doit tenir compte des frais que cela occasionne. Comment, dans de telles conditions, concevoir que le même prix puisse convenir à tout le monde ?

Le système des prix imposés peut également être à deux tranchants et se retourner contre « les marques ». Le revendeur à qui on fixe un prix de vente qu'il devra respecter, ainsi que tous ses concurrents, aura tendance à n'acheter que les produits qui lui laisseront le maximum de bénéfice. Ainsi, le prix imposé, qui doit théoriquement protéger l'article de marque, aboutit au contraire au résultat opposé. Des maisons concurrentes feront miroiter à leurs acheteurs éventuels l'intérêt qu'ils auraient en achetant leurs produits. Si ces produits sont bons, ils peuvent arriver à concurrencer sérieusement les articles de marque qui se trouvent de la sorte victimes de la fixation d'un prix imposé.

Le même danger peut provenir de l'activité des Coopératives et des maisons à succursales multiples.

Pour satisfaire ou attirer la clientèle, ces sociétés se servent des marques, au début de leur existence. Celles-ci leur sont demandées, mais ces sociétés

ne veulent pas être concurrencées par le commerçant indépendant. Elles vont, par conséquent, demander que les produits soient vendus à prix imposés, mais en exigeant, vu leur puissance d'achat, qu'il leur soit accordé le maximum de ristourne sur ces prix. Elles bénéficieront ainsi d'avantages que n'auront pas les autres commerçants, ristourne par quantité, puis ristourne supplémentaire de fin d'année.

Mais où l'affaire devient dangereuse, c'est qu'une fois la clientèle bien en main, surtout s'il s'agit de Coopératives, elles cherchent à éliminer les produits de marque en proposant à leur place des produits à leur nom, à une marque qu'elles auront elles-mêmes créée. Et le danger est d'autant plus grand qu'on retrouvera alors cette marque non seulement sur une liqueur, mais très souvent sur l'ensemble des produits alimentaires vendus par ces maisons. Citons par exemple la mention « COOP » qui se trouve sur les vins et différents produits d'épicerie.

Ainsi, par une incidence curieuse, la marque qui pensait se défendre va directement à sa mort. Le commerce particulier est le grand collaborateur des produits de qualité. Il n'offre pas les grands dangers des sociétés et des coopératives qui, au départ, semblent des acheteurs normaux, mais qui n'attendent que la première occasion pour lâcher les marques qu'elles semblaient tout d'abord vouloir soutenir.

En supposant qu'elles continuent à vendre d'autres produits en même temps que les leurs, ces sociétés ne voient dans le prix imposé qu'une possibilité de bénéfice. Ayant des frais énormes, elles demandent que le prix imposé soit élevé. Aussi ne trouvons-nous pas anormal l'affirmation de certains auteurs nous disant que les prix imposés « sont appliqués également par les Coopératives et les Economats » (1). Ces organismes n'ont là aucun mérite : ce sont les partisans les plus acharnés du système des prix imposés. Plus la « marge » sera grande, plus ils donneront l'illusion d'être utiles, pouvant augmenter ainsi les ristournes qu'ils distribuent en fin d'année.

Leur principe est de vouloir prouver à leurs adhérents qu'en vendant aux mêmes prix que les autres commerçants, il leur est possible de distribuer un « boni » — ce qui est une façon bien peu détournée de dire que le commerce

(1) Malabard, Thèse Paris 1935, p. 73. « La vente des articles de marque à prix imposés. »

vend trop cher. Aussi conçoit-on difficilement que des maisons ou des fabricants sérieux permettent à ces coopératives de pouvoir justifier leur théorie en leur accordant des prix imposés souvent trop élevés.

Hoornaert (2) est du même avis quand il dit : « Quant aux coopératives, elles semblent également avoir pris leur parti de l'économie créée par l'article de marque. En Angleterre, les coopératives ne revendent pas avec répartition effective d'un boni les produits de marque protégés par la P. A. T. A. (3) Dans plusieurs cas, des coopératives interdites de fournitures ont d'ailleurs remplacé, avantageusement, de leur propre aveu, les articles réglementés par d'autres qui ne le sont pas.

Il est loisible de s'imaginer la coopérative de consommation comme le système économique idéal. En attendant son application intégrale et généralisée, sa monopolisation de la distribution, il faut s'incliner devant les faits. »

L'auteur indique alors :

a) *Le fait économique* : 97 0/0 des produits vendus sous marque suivent actuellement et jusqu'à nouvel ordre la filière : fabricant, grossiste, détaillant;

b) *Le fait juridique* : dans ce système de distribution des produits, il y a pour chacun interdiction de nuire;

c) *Le fait social* : qui réside dans l'existence d'une classe moyenne.

C'est en parlant de cette classe moyenne que le roi Albert pouvait dire : « Les classes moyennes sont un élément d'équilibre social. Tout ce qui les affaiblirait compromettrait gravement cet équilibre et conduirait à des bouleversements sans fin, car s'il est facile de détruire, il est plus difficile de reconstruire. » (1)

(2) La politique des prix imposés, p. 38-39.

(3) Sur la P. A. T. A., voir Barret : La politique des prix imposés. (Bibl. de l'Inst. de Dr. comparé de Lyon.)

(1) Paroles du roi Albert au Congrès national et international des classes moyennes, le 18 septembre 1932.

Aussi Hoornaert conclut-il : « La coopérative de consommation, quelque bienfaisante qu'elle soit pour un groupe de citoyens, ne peut méconnaître ce triple fait d'ordre général.

Au fond, de quoi s'agit-il ? De faire bénéficier les consommateurs affiliés de prix avantageux. De nombreuses solutions existent qui permettent à la coopérative de demeurer un organisme de bien-être pour ses membres, sans devenir une machine de guerre. Les intérêts des coopératives sont respectables, ceux des fabricants et des distributeurs le sont aussi. Qui empêche la coopérative d'avoir sa marque à elle, de faire fabriquer pour son compte ? Ce qui ne doit pas être permis, c'est le droit pour quiconque d'abuser de la marque d'autrui.

Il faut ajouter que beaucoup de coopératives ne remplissent plus leur rôle et sont devenues de simples magasins où tout venant, coopérateur ou non, riche ou pauvre, est attiré par une compétition à la baisse sur des marques renommées. Pareille activité relève nettement de la concurrence déloyale. Rien, dès lors, ne justifie plus les privilèges et avantages exorbitants dont elles sont nanties. Leur existence même est illégale. »

Nous critiquerons enfin la thèse qui attribue au prix imposé la suppression du marchandage.

« La politique des prix imposés supprime le marchandage, d'où économie de temps pour le vendeur et pour l'acheteur. « Le prix fixe, a dit Guyot, moralise le commerce. » Cet axiome est plus juste encore quand on l'applique au prix imposé, car le prix fixe varie plus aisément que le prix imposé. Et encore « Le prix fixe supprime le marchandage ». Et l'économiste classique ajoute : « La diplomatie du commis-vendeur ne consiste plus à faire payer la marchandise plus cher aux naïfs qu'aux gens avisés. De personnel, le contrat devient réel; c'est la séparation de la personne et de la chose. Le rapport s'établit entre trois abstractions : la marchandise, le besoin et le pouvoir d'achat. C'est l'introduction dans le commerce de détail de l'indifférence personnelle... C'est la suppression de l'idée de grâce et de faveur dans les rapports de vendeur et d'acheteur, remplacée par l'égalité de tous dans le contrat d'achat et de vente... Il n'y a pas de privilège pour les uns, d'infériorité pour les autres. » La réglementation a donc supprimé les abus, les prix faits d'après la tête du client, et rétabli entre tous les acheteurs une parfaite égalité. » (1)

(1) Hoornaert, op. cité, p. 93-94.

Nous défendons le commerce honnête et normal et nous pouvons affirmer qu'en dehors des prix imposés et sans l'intervention de ce procédé de vente, « les prix faits d'après la tête du client » sont des légendes plus proches de la caricature que de la réalité. Il est possible que dans certains commerce ou chez certains commerçants (maquignons, etc...), ce principe soit en vigueur, mais il ne faut pas généraliser et attribuer au commerce des défauts qu'il n'a pas.

ETUDE DE LA JURISPRUDENCE

Nous avons vu qu'à la suite du développement de la vente des produits de marque, la clause de revente à prix imposés avait pris une grande importance. La Jurisprudence admet en général qu'un fabricant peut réglementer les conditions de revente au public ou même, le cas échéant, en interdire l'exportation. Elle ne considère pas que cette clause est contraire au principe de la liberté du commerce et de l'industrie : « N'est pas contraire à la règle de la liberté du commerce, le fait de la part d'un fabricant d'imposer aux détaillants, pour la vente de produits spécialisés, protégés par une marque, un prix minimum qui constitue la contre-partie des avantages et des garanties qui sont offertes par cette marque. » Cour Appel Paris 1926, Gaz. Pal. 1936-2-903.)

Bien mieux, c'est souvent en invoquant ce principe qu'elle admet la licéité de la vente à prix imposés. Un revendeur ne se trouve en effet soumis à cette obligation que s'il l'a assumée volontairement : personne ne l'obligeait à acheter le produit : le fabricant qui veut assurer l'écoulement correct de ses produits lui a fait connaître à quelles conditions il était vendeur. L'obligation de revente à prix imposés n'est donc pas contraire à la liberté du commerce et n'est qu'un résultat de la liberté des conventions.

Mais pratiquement le prix imposé n'est pas toujours respecté. Les procès ont été nombreux et il existe, à ce sujet, toute une jurisprudence.

Un arrêt de la Chambre des Requêtes du 3 mai 1920 (S-1921-1-158) avait déjà reconnu le droit qu'ont les fabricants de réglementer les conditions de revente de leurs produits et l'obligation qui en résultait pour les revendeurs. Mais les auteurs sont généralement d'accord pour fixer à l'arrêt de la Cour de Cassation du 3 août 1934 (D.H. 1934, p. 489) la date à laquelle la Jurisprudence française a nettement pris position dans cette question.

Plusieurs arrêts d'appel : Paris 17 déc. 1932 (Gaz. pal. 17 janv. 1933, p. 290, et Douai, 29 juin 1933, D. H. 1933, p. 564) confirment le droit qu'a un fabricant d'imposer un prix de revente.

Toutes ces décisions se basent sur le fait qu'il s'agit d'un produit spécialisé, protégé par son origine et sa marque, et qui ne saurait devenir, entre les mains du revendeur, un objet de concurrence.

D'autres considérants se retrouvent dans la plupart des décisions. Nous nous contenterons de les énumérer :

1° Le plus répandu est :

« Attendu que pour garantir la valeur de sa marque contre toute manœuvre tendant à l'avilir, le fabricant d'un produit qui n'est pas de *première nécessité*... a le droit d'imposer un prix de revente au détail à ceux qui contractent avec lui. »

La Jurisprudence admet que les produits alimentaires, lorsqu'ils sont vendus sous le couvert d'une marque, peuvent ne pas être considérés comme des produits de *première nécessité*.

« Considérant que les produits de marque ayant fait l'objet d'une fabrication spéciale ou de soins particuliers ne sauraient être assimilés aux produits naturels, aux denrées de *première nécessité* envisagées *in genere*, ni aux marchandises de vente courante et de grande consommation à l'égard desquelles la Jurisprudence tend à admettre qu'aucun tarif ne peut être imposé aux revendeurs. » (Cour d'Appel Paris, 21 oct. 1936; Gaz. Pal. 1936-2-903.)

A priori, cela paraît assez curieux, mais le juge jouissait ici d'un pouvoir discrétionnaire pour déterminer le critérium des produits « de *première nécessité* ».

2° Le produit vendu à prix imposé ne doit pas être un *article de libre concurrence* (arrêt du 3 août 1934).

3° Le fait qu'il s'agit d'un *article de luxe* justifie le prix imposé : cette condition découle logiquement des deux considérants mentionnés ci-dessus. Mais elle est indiquée d'une façon précise dans certaines décisions.

« Attendu que le S. M. A. R. (Syndicat des Marques alimentaires réglementées) groupe bien, en effet, des marques s'intéressant à des produits de *luxe* et avec emballage spécial de luxe pour chaque marque. » (Trib. de Com. Calais, 28 juill. 1931; Gaz. pal. 1931-2-673.)

4° Nous grouperons pour terminer les faits souvent retenus par la Jurisprudence pour admettre la vente à prix imposés :

a) Le fait que le détaillant s'est engagé à respecter le prix imposé ou qu'il en a eu nécessairement connaissance;

b) Le fait que le produit est vendu avec une étiquette ou dans un emballage spécial qui indique que le produit doit être vendu à prix imposé;

c) Enfin le fait que le produit vendu à prix imposé constitue un article de marque.

Une décision du Trib. de Com. de la Seine, 21 janv. 1936 (Gaz. pal. 1936-1-624) résume bien la Jurisprudence sur cette question des prix imposés.

« Attendu que l'imposition d'un prix minimum n'apparaît pas contraire à la liberté du commerce, dès lors qu'il s'agit, non de produits naturels ou de grande consommation, mais de produits considérés comme produits de luxe, dont la consommation n'est ni indispensable, ni même courante, et dont la valeur commerciale est faite précisément de ce qu'ils constituent des spécialités pour lesquelles le prix est la contre-partie des garanties offertes par la marque;

« Attendu au surplus que pour les marques autres que les deux susvisées et pour lesquelles des constats ont été établis... A. ne saurait point davantage ignorer ses obligations dès lors que ces produits portent une étiquette spéciale en forme de losange, avec la marque « SMAR » et la mention « Ce produit ne doit pas être vendu au-dessous du prix minimum fixé. »

Cette étude ne serait pas complète si nous n'examinions pas le rapport du système de vente à prix imposé avec les art. 419 et 420 du Code Pénal.

L'ancien article 419 du Code Pénal assimilait la coalition aux manœuvres frauduleuses. Aujourd'hui, ces articles punissent ceux qui se proposent d'entraver le libre jeu de l'offre et de la demande.

La Jurisprudence, en présence de faits économiques nouveaux, a été amenée à distinguer les bonnes unions des mauvaises. « Certes, dit Mazeaud (1), la liberté du commerce se trouve atteinte chaque fois que des conventions viennent réglementer les conditions de vente et tentent de les imposer aux tiers, chaque fois que la concurrence se trouve limitée. Mais il n'y a nullité que dans le cas où de pareils actes émanent d'une « mauvaise union ». La liberté du commerce, c'est une liberté raisonnable : ce n'est pas une liberté excessive. Les « bonnes unions » ne l'entravent pas, puisqu'elles sont les unions qui cherchent à établir un marché normal; les mauvaises unions lui portent atteinte puisqu'elles tendent à supprimer ce marché normal. »

Jusqu'en 1890, la nullité fut prononcée contre toutes les unions qui portaient une atteinte quelconque à la libre concurrence, à la liberté du commerce, alors même qu'elles remédiaient à une concurrence excessive et à l'avisement des prix.

Parlant de la vente au rabais, Bry (2) conclut : « La vente au rabais est donc valable en principe. Bien plus, il faudrait considérer comme contraire à la liberté de l'individu et, par suite, à l'ordre public, tout traité fait, d'une façon illimitée, entre plusieurs fabricants, pour mettre un terme à leur concurrence, en *fixant à l'avance le prix de leurs produits* et en interdisant de consentir aucune bonification sur les quantités, sur les prix et sur les modes de paiement.

Cette convention est illicite comme provoquant à la fraude entre les parties contractantes. (Trib. civ. Epinal, 19 av. 1868. Le Dr. ind. 88-518.)

Mais, le 18 déc. 1890, la Cour de Paris (Rev. Soc. 1891, p. 90) n'annule les conventions passées entre les Mines de Cuivre et la Société des Métaux qu'après avoir établi qu'elles avaient eu pour but de porter les cours « à un chiffre supérieur à celui que devait déterminer le jeu *naturel* de l'offre et de la demande. »

(1) Mazeaud, Le problème des unions de producteurs, p. 333.

(2) Bry, La propriété industrielle, littéraire et artistique, édition 1914, p. 532.

Depuis, la Jurisprudence n'a pas varié et Hoornaert (1) cite : « Un arrêt de la Cour de Paris du 17 déc. 1932 (Pand. Per., 1933, 98) reconnaît qu'un groupement ou association de marques réglementées, qui a pour objet de défendre la propriété et la valeur des marques de ses adhérents, contre toute manœuvre pratiquée en violation des conditions stipulées par eux, est recevable à intervenir dans une action intentée par l'un de ses adhérents contre un commerçant ayant revendu au-dessous du prix imposé, ce débat mettant en jeu des questions touchant aux intérêts généraux de l'industrie et de ses membres. Décision implicitement confirmée par l'arrêt de Cassation (Req.) du 3 août 1934 : D.H. 1^{er} nov. 1934, p. 489.

Voir aussi décisions suivantes :

Paris 21 oct. 1936; Bull. off. de la Prop. ind., 1^{re} partie, 4 fév. 1937, p. 16.

Comm. Seine 9 déc. 1935 : Gaz. Pal. 1936, 1^{er} semestre, T. I., p. 181.

Comm. Seine 21 janv. 1936 : Gaz. Pal. 3 avril 1936, tome I, p. 181. »

Signalons toutefois la réglementation survenue à la suite « de la dévaluation qui a provoqué une série de dispositions en vue de freiner la hausse du coût de la vie. Tel est notamment le cas du décret du 1^{er} juillet 1937. Or, il est évident que ces décrets étendent le champ d'action des pouvoirs publics et de la justice. Le juge n'a plus à se demander, comme sous l'empire de l'art. 419 c. pén., si l'entente économique a pour objet de réaliser un bénéfice anormal, s'il y a une relation de cause à effet entre le monopole de fait, ou l'action de l'entente et la hausse des prix. D'après le décret du 1^{er} juillet 1937, toute union bonne ou mauvaise, d'après la Jurisprudence antérieure à la loi du 3 déc. 1926, si elle réalise une augmentation dite illégitime des prix, tombe sous le coup de la loi. L'entente aura beau dire : en limitant la concurrence nous ne faisons que travailler à la prospérité de l'industrie nationale, on lui répondra : mais votre augmentation est illégitime parce qu'elle se traduit par une hausse : or, la hausse des prix est très souvent la raison d'être des ententes économiques ». (2)

(1) Hoornaert, op. cité p. 677.

(2) J. Tchernoff, D. H. 1938, Chronique XIII, p. 53.

Mais ceci ne change rien à la question des prix imposés que l'auteur voudrait voir régis par une entente économique et non par les syndicats. Il indique d'ailleurs que « le syndicat commence à inscrire dans ses statuts une disposition aux termes de laquelle tous ses membres s'engagent à observer les tarifs syndicaux, les prix minima imposés, etc...

Cette disposition soi-disant interne et qui ne lie que les membres du syndicat entre eux, rejaillit sur les tiers. »

L'auteur dit que la réglementation serait beaucoup plus nette si la question était du ressort des ententes économiques telle que celle créée le 19 fév. 1936 en ce qui concerne le commerce et l'industrie de la chaussure; encore faudrait-il que ces ententes soient dotées d'un texte légal qui « définisse leurs traits essentiels et leur reconnaisse une capacité déterminée comme telles ».

Nous verrons dans la deuxième partie de notre étude l'évolution qui s'est produite à la suite des événements de 1939.

DEUXIÈME PARTIE

La Réglementation

DEUXIÈME PARTIE

LA RÉGLEMENTATION

Nous venons d'étudier longuement le principe de la liberté du commerce et de l'industrie qui régit, théoriquement, aujourd'hui encore, notre Droit Commercial. La libre concurrence qui, ainsi que nous l'avons vu, en est la conséquence immédiate, est loin de recevoir l'approbation unanime des économistes. La lutte menée contre cette liberté laissée aux individus est commencée depuis longtemps et évolue selon les influences politiques du moment.

Certes, la liberté ne peut être complète : dans toute société, la vie en commun n'est possible que si l'individu a non seulement des droits, mais aussi des devoirs. Une réglementation est nécessaire, qui indique clairement à chacun ce qui est permis et ce qui ne l'est pas.

Le sujet que nous allons maintenant examiner dépasse ce stade, en quelque sorte primaire, de la Réglementation. Le Commerce, comme toute autre activité, est déjà soumis à une nombreuse législation qui en règle les différentes branches ; mais théoriquement la liberté reste le principe de fond et c'est ce principe lui-même que certains voudraient voir disparaître. On lui reproche en effet d'être à la base de tous nos maux et d'engendrer une concurrence effrénée, source de dépenses inutiles. On veut alors brider cette concurrence et arriver à un régime où tout serait bien en ordre parce que réglementé. Et pourtant, comme l'indique Dechesne (1) : « Sans la concurrence, les premiers besoins étant satisfaits, il n'y aurait plus d'émulation, plus de stimulant à l'action : on aboutirait à l'indifférence de l'isolement moral, cette absence de milieu social dans lequel nous puissions reconnaître l'écho de nos progrès, le résultat de nos efforts et la proclamation de nos victoires. »

Les adversaires de la concurrence ne voient en elle que les résultats déréglés auxquels ils prétendent qu'elle aboutit. Ils la jugent évidemment avec beaucoup de parti pris et souvent sans logique. M. Baudin (2) a pu dire avec raison :

(1) « Le Capitalisme, la libre concurrence et l'économie dirigée », p. 69.

(2) « Le Corporatisme », p. 123.

« On est effrayé de voir que de bons auteurs en sont encore restés à cette idée périmée que la concurrence est la source de tous les maux et semblent ignorer complètement les services inappréciables qu'elle a rendus à la société. On est fatigué aussi de protester contre la confusion perpétuelle qui est faite entre le libéralisme concurrentiel et l'anarchie. »

Nous nous proposons d'étudier dans cette deuxième partie les interventions du législateur dans le domaine de la liberté et de la concurrence commerciales. Sous la poussée de nombreux événements qui se sont déroulés pendant ces dernières années, il y a eu une évolution rapide de la législation. La guerre de 1939 a créé des problèmes qu'il a fallu résoudre et a remis en actualité des questions très importantes concernant la transformation de l'Etat lui-même : or, aujourd'hui plus encore qu'autrefois, on ne peut, dans de telles circonstances, se désintéresser du point de vue économique. C'est pourquoi l'organisation professionnelle de la France est actuellement l'objet d'une refonte complète. On parle de moins en moins des droits sacrés de l'individu : le général domine le particulier et, à chaque instant, on met en relief le but social à atteindre. De libérale, l'économie tend à être dirigée.

Nous nous proposons d'étudier cette évolution relativement rapide des principes qui formaient la base de la législation française.

Nous examinerons dans un chapitre premier les différentes phases de l'interventionnisme en matière d'alimentation. Dans un chapitre II, nous verrons qu'en période de guerre le législateur, muni de pouvoirs spéciaux, réglemente des activités généralement réservées aux particuliers. Enfin, dans un chapitre III, nous étudierons les conséquences de la législation de guerre et de la guerre de 1939 elle-même, en ce qui concerne l'avenir de la liberté commerciale.

CHAPITRE PREMIER

L'interventionnisme en matière d'alimentation

SECTION I

Pouvoirs de taxation et de réglementation des prix

De tout temps, la question alimentaire a été suivie de près par les autorités dirigeantes. Il est indispensable que la population soit ravitaillée; même sous un régime libéral, où l'on estime que les besoins sont nécessairement satisfaits par suite de l'intérêt qui pousse le producteur à produire en quantité suffisante, il est nécessaire de ne pas laisser complètement libre la fabrication et la vente des denrées dites de première nécessité. En tête de liste de ces denrées, on a coutume de classer le pain et la viande qui forment effectivement le fonds de la nourriture de la plupart des gens.

Or, en principe, boulangers et bouchers jouissent comme les autres commerçants du régime de liberté instauré en 1791. On a estimé que pour ces denrées, la loi de l'offre et de la demande ne suffisait pas à assurer la protection des consommateurs. La demande, en effet, est dans ce cas non seulement quasi-rigide, mais elle a besoin d'être satisfaite, quelles que soient les circonstances. On prétend à juste raison qu'à moins de véritables catastrophes, il est indispensable que la population, et surtout la population ouvrière, puisse au moins se nourrir de pain; on a ainsi élaboré une politique du pain.

Nous avons déjà vu (première partie, chap. II, sect. III) qu'en vertu des pouvoirs qui leur ont été conférés par les lois des 19-22 juillet 1791 (art. 30), 5 avril 1884 (art. 97 par. 5), les autorités municipales peuvent fixer les prix du pain et de la viande. Ces dispositions sont de plus sanctionnées par l'article 479, par. 6, alin. 2 du Code Pénal (1). Elles permettent aux maires de taxer, par un arrêté réglementaire, le prix de ces denrées de première nécessité.

(1) Art. 479 Code Pénal : Seront punis d'une amende de 11 à 15 francs inclusivement : 6° les boulangers et bouchers qui vendront le pain ou la viande au delà du prix fixé par la taxe légalement faite et publiée.

La taxation consiste dans la fixation d'un prix maximum de vente établi dans l'intérêt des consommateurs, pour les différentes espèces ou qualités offertes au public. Ainsi, pour le pain, on indiquera les prix du pain de consommation courante et ceux des pains dits de fantaisie. Pour la viande, les prix seront différents selon qu'il s'agit de viande dite de premier ou de deuxième choix. Mais le principe qui domine la taxation des prix est que cette taxation doit être uniforme. S'il en était autrement, le principe de liberté commerciale serait violé; la loi de la libre concurrence ne jouerait plus et la voie serait ouverte à l'arbitraire si les maires pouvaient imposer tel ou tel prix à tel ou tel commerçant. C'est la raison pour laquelle le Conseil d'Etat a annulé l'arrêté du préfet de police de la Seine qui avait prescrit « des barèmes de prix de vente établis en fonction des prix d'achat en gros payés individuellement par chaque boucher lors de chaque opération commerciale et variant automatiquement avec ceux-ci sans fixation d'aucun prix maximum ». (Martin C. E., 23 janv. 1931, D. P. 1931 III, p. 41). Cette façon de procéder aurait de plus permis aux autorités municipales de s'immiscer par des mesures de contrôle abusives dans le principe du secret des affaires.

Ce pouvoir de taxation ne concerne d'ailleurs que les denrées limitativement déterminées par la loi, c'est-à-dire le pain et la viande de boucherie.

Depuis la loi du 31 août 1924, ce pouvoir qui, primitivement, n'appartenait qu'aux maires, appartient maintenant aussi aux préfets pour le pain. Toutefois, ces derniers ne peuvent intervenir que sur demande des maires ou sur leur refus après mise en demeure.

Pour la viande, il en est de même depuis la loi du 23 décembre 1933 portant rétablissement de l'équilibre budgétaire. « Les pouvoirs de taxation de certaines denrées, attribués aux maires par la loi du 19 juillet 1791, ne font pas obstacle au droit du préfet de prendre pour toutes les communes du département ou pour plusieurs d'entre elles et dans tous les cas où il n'y aurait pas été pourvu par les autorités municipales, des arrêtés de taxation des dites denrées. Ce droit ne pourra être exercé par le préfet à l'égard d'une ou plusieurs communes, prises individuellement, qu'à l'expiration d'un délai de quinzaine, après avis donné au maire et resté sans résultat. Il n'est point dérogé en ce qui concerne le pain, à la loi du 31 août 1924. »

Remarquons que ces pouvoirs de taxation des maires et des préfets rentrent ainsi dans le cadre de la loi du 5 avril 1884 (art. 99), qui permet au préfet de se substituer au maire après mise en demeure restée inopérante.

Enfin, un décret-loi du 8 août 1935 autorise les préfets à fixer un prix minimum de la viande et de la charcuterie de détail.

La taxation n'est pas le seul moyen pour le législateur d'intervenir dans le circuit économique. Depuis plusieurs années, il est très souvent question de réglementation des prix. Le but du législateur est alors de lutter contre la hausse des prix.

On trouvait déjà ce souci dans l'article 419 du Code Pénal qui punissait ceux qui, par manœuvres ou coalitions, avaient opéré la hausse ou la baisse du prix des denrées. Mais ce texte ne reçut guère d'application que contre ceux qui accaparaient les marchandises et se coalisaient pour en faire monter les cours.

La loi du 3 décembre 1926, modifiant cet article du Code Pénal, aggrava les peines qui frappaient ces accapareurs et punit tous ceux qui, pour se procurer un gain anormal, faussent le jeu naturel de l'offre et de la demande.

Mais ces notions demeuraient vagues et permettaient difficilement de condamner ceux qui avaient réalisé des gains anormaux.

L'article 419 vise toutes les marchandises ou produits en général. Au contraire, l'article 420, qui prévoit des peines plus fortes que l'article précédent, concerne plus particulièrement l'alimentation et est applicable si « la hausse ou la baisse ont été opérées ou tentées sur des grains, farines, substances farineuses, denrées alimentaires, boissons, combustibles ou engrais commerciaux ».

Sous l'influence de plusieurs facteurs économiques, avilissement de la monnaie, manque de production, hausse des prix, le législateur fut amené à se préoccuper non seulement des coalitions, mais aussi de l'augmentation des prix et de l'exagération des bénéfices. La loi du 19 août 1936 (J. O. 20 août 1936) parle pour la première fois de prix normaux de vente des denrées de première nécessité et crée des comités nationaux et départementaux pour fixer et surveiller ces prix normaux, en tenant compte des frais généraux et des bénéfices légitimes.

Mais, en vérité, on ne trouve pas dans cette loi une taxation, une réglementation bien stricte.

Il faut pour cela arriver au décret du 1^{er} juillet 1937, tendant à prévenir et à réprimer toutes augmentations illégitimes des prix (J. O. du 2 juillet 1937), dont l'article premier est ainsi conçu :

« Toute majoration des prix de gros, de demi-gros et de détail des marchandises et denrées, ainsi que de tous tarifs appliqués dans les entreprises industrielles ou commerciales, tels qu'ils étaient pratiqués à la date du 28 juin 1937, est interdite à dater de la promulgation du présent décret. »

Ainsi, à partir de cette date, il n'est plus besoin de coalition ni d'action sur les lois d'offre et de la demande. Toute augmentation est désormais impossible.

Toutefois, le paragraphe 2 de l'article premier prévoit que les comités créés par l'art. 3 peuvent autoriser les majorations qui seraient justifiées par les fluctuations des cours des produits importés, par les charges qui pourraient être imposées par les pouvoirs publics ou admises comme légitimes par le Comité Central prévu à l'art. 5.

Enfin, le paragraphe 3 indique que ne constitue pas une infraction, la majoration des fruits, des légumes, de la viande et des autres produits agricoles ou denrées périssables qui, bien que non autorisée, serait reconnue justifiée par décision du Comité prévu à l'art. 3 et saisi à cet effet par l'intéressé.

Toute augmentation des prix sans autorisation préalable constituait un délit et la Cour de Cassation jugea que si le décret du 1^{er} juillet 1937 sanctionne de peines correctionnelles la majoration non autorisée du prix de certaines denrées, la mauvaise foi n'était pas un élément constitutif de ce délit qui résulte du seul fait de l'inobservation d'une prescription légale (Cass. Crim. 27 oct. 1938, Gaz. Pal. 1938-2-698).

Cette réglementation se révéla peu conforme aux usages du commerce. L'obligation pour les industriels et commerçants de saisir les comités départementaux de surveillance des prix de toute demande de majoration, la lenteur des décisions et l'atteinte ainsi portée à la liberté du commerce et de l'industrie entraînèrent une réaction qui aboutit au décret-loi du 12 novembre 1938 (J. O. 13 nov. 1938) relatif à la réglementation des prix, à l'affichage et à l'étiquetage.

Désormais, toute majoration des prix de détail des marchandises et denrées, tels qu'ils étaient pratiqués à la date de la promulgation du décret, est interdite, sauf dérogations prévues à l'art. 2 et sauf lorsqu'il s'agit d'une majoration égale en valeur absolue à la hausse du prix de gros des produits correspondants.

Quant aux majorations des prix de gros, elles ne sont soumises qu'au contrôle à *posteriori*.

Les Comités départementaux de surveillance des prix peuvent autoriser les majorations qui seraient justifiées d'une manière générale par les conditions de fait d'exploitation des entreprises (art. 2).

Enfin, pour éviter la lenteur reprochée aux autorisations sous le régime du décret du 1^{er} juillet 1937, l'art. 9 du nouveau décret-loi prévoit que l'absence de réponse du Comité dans le délai d'un mois, à une demande d'augmentation, équivaut à une décision d'acceptation. Le titre II du décret concerne l'affichage et l'étiquetage obligatoires des marchandises et denrées de toute nature dans les établissements de vente au détail. L'article 15 précise que « dans les établissements de vente au détail, le prix des marchandises et denrées de toute nature devra être indiqué avec la dénomination exacte et conforme aux usages commerciaux, soit sur l'objet ou sur son emballage ou récipient, soit par une pancarte afférente à un même lot d'objets identiques d'une façon très lisible, en monnaie française et par unité d'objets, de poids ou de contenance ».

Bien que cette réglementation englobe toutes les marchandises et denrées, nous estimons qu'elle a ici sa place, surtout depuis que les magasins à prix unique s'étaient révélés les « champions » des poids et des contenances fantaisistes. Leur concurrence n'était pas loyale : ces magasins demandaient à leurs fournisseurs de leur livrer, par exemple, des bouteilles de 0 litre 90 ayant l'aspect d'un litre. Le client se fiant à l'apparence extérieure et ne regardant que le prix, pensait réaliser une économie en achetant de tels produits. Il en était souvent de même pour d'autres denrées vendues au sachet sans aucune indication de poids, ou représentant des quantités peu conformes aux usages du commerce sérieux et honnête.

La loi du 12 novembre 1938 a ainsi réglementé non seulement les prix, mais encore des méthodes de vente destinées à tromper les clients.

Dans tout ce qui précède, nous avons volontairement laissé de côté toute la législation concernant les fraudes. Depuis la loi du 1^{er} août 1905 sur la répression des fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles (D. P. 1906-4-47), plusieurs lois et décrets ont été pris pour protéger les consommateurs.

Même animé du plus profond libéralisme, on ne peut concevoir que toutes les activités s'exercent sans contrôle. Envisageant plus particulièrement l'alimentation, l'Etat doit se préoccuper de la santé publique; il est indispensable que

pour les denrées alimentaires plus encore que pour les autres marchandises, la réglementation soit rigoureuse, mais bien comprise.

En ce qui concerne la réglementation des prix, au contraire, la législation que nous venons d'étudier constitue une immixtion de l'Etat dans le domaine privé du commerce. Analysant le décret-loi du 1^{er} juillet 1937, un auteur (1) s'exprimait de la façon suivante :

« Le jeu de la loi de l'offre et de la demande devait, pour les libéraux, assurer aux meilleures conditions l'approvisionnement des consommateurs et permettre l'établissement d'un juste prix; sa traduction juridique, la loi des 2-17 mars 1791, proclamant la liberté du commerce et de l'industrie, a suffi à interdire, sauf cas exceptionnels, pendant tout le cours du XIX^e siècle, l'immixtion d'une autorité quelconque dans la fixation des cours des marchandises. Seules les denrées de première nécessité, le pain et la viande faisaient exception à la règle; la loi des 19 et 22 juillet 1791 dispose « que la taxe sur les subsistances ne pourra avoir lieu que sur le pain et la viande, sans qu'il soit permis en aucun cas de l'étendre sur le blé, les autres grains ni les autres espèces de denrées ». Depuis la guerre, et plus particulièrement depuis ces dernières années, les variations du pouvoir d'achat de la monnaie, les troubles sociaux qui menacent d'en être la conséquence ont amené une première série d'interventions des pouvoirs publics en matière de prix.

...Des denrées, des marchandises de toute sorte ou même des services, ont eu aussi leurs prix fixés avec plus ou moins de souplesse par une autorité plus ou moins capable de connaître les prix de revient et le jeu des incidences, mais seul le décret-loi du 1^{er} juillet 1937 et les textes qui l'ont depuis modifié et complété constituent une tentative cohérente en vue de mettre l'Etat à même de surveiller, d'étudier et éventuellement d'agir sur les prix. »

Qu'il s'agisse de taxation ou de réglementation, on arrive par conséquent au même résultat. Les deux mots cachent la même chose : l'action de l'Etat sur le niveau des prix.

Que faut-il penser de cette politique de l'Etat de vouloir modifier ou maintenir les prix de certaines denrées ou marchandises ?

(1) Jacques Doublet, Dalloz Rec. heb. 1937, Chronique 33.

« La taxation, dit M. Baudin (1), consiste dans la fixation d'un maximum ou d'un minimum de prix. Les ouvrages d'économie politique détaillent ses inconvénients : dans le cas où un maximum est imposé parce que l'on désire éviter une hausse des prix provoquée par une insuffisance de l'offre relativement à la demande, le producteur est découragé et, par conséquent, l'offre tend à se réduire encore davantage; dans le cas où un minimum est décrété, parce que l'on veut éviter une baisse des prix provoquée par un excès de l'offre par rapport à la demande, le producteur est encouragé et l'offre tend à s'accroître plus encore. Dans les deux cas, le résultat obtenu est inverse du résultat désiré, et dans les deux cas aussi, l'intérêt des consommateurs et des producteurs est le même : tourner la loi afin de conclure des transactions coûte que coûte, d'où la multiplication des marchés clandestins.

Quant aux exemples, l'histoire en fournit un grand nombre, tant sous l'Ancien Régime qu'à l'époque révolutionnaire. Ils administrent la preuve du bien-fondé des critiques adressées au système de la taxation. »

L'application la plus étendue du système de taxation des prix eut lieu sous la Convention : le décret du 3 mai 1793 taxa les grains et farines, puis une série de dispositions analogues furent prises et enfin le décret du 24 février 1794 donna force exécutoire au Tableau général du maximum de la République française. « Toutes ces mesures, dit M. Truchy (2), avaient pour but de réprimer les manœuvres des accapareurs et autres ennemis de l'Etat, mais elles ne firent que rendre plus malaisée encore l'alimentation populaire. »

Il ajoute d'ailleurs que « la taxation, prudemment maniée, pourrait, dans quelques cas, rendre des services comme substitut de la concurrence. Mais c'est se leurrer que de croire que, parmi les causes de la hausse des prix, celles contre quoi la taxation a une certaine efficacité comptent pour beaucoup. »

Si la taxation a peu d'effets utiles, elle présente au contraire bien des inconvénients.

Un premier inconvénient est de donner à croire au public ou de le confirmer, que les prix dépendent de l'Etat. Il y a déjà tant de nuées dans l'esprit de la plupart des gens sur ces questions, qu'il est fâcheux de les épaissir encore. »

(1) Baudin, « Le mécanisme des prix », p. 105.

(2) Truchy, op. cité, p. 473.

Un deuxième est que la taxation désorganise la production et le commerce : « Ce n'est pas encourager le producteur à développer ou seulement à maintenir sa production, ni le commerçant à former et garder les stocks de marchandises nécessaires à un courant régulier d'affaires que de leur imposer des prix de vente sans relation avec les frais faits, les risques courus, les circonstances économiques, des prix d'ailleurs que peut modifier d'un moment à l'autre une administration peu compétente et qui ne donnent pas la sécurité nécessaire aux opérations de longue haleine. »

Enfin, un dernier inconvénient de la taxation que nous avons déjà signalé, c'est qu'il est difficile de la faire respecter. On crée ainsi deux prix : le prix de la taxe et le prix de complaisance qui est celui qui régit les ventes des consommateurs disposés à payer plus que le prix taxé.

Il y a alors deux marchés : le premier où s'applique le prix de la taxe, et où les marchandises sont rares, le deuxième celui du prix de complaisance, où les acheteurs trouvent à peu près tout ce qu'ils désirent.

A l'heure actuelle, des causes identiques produisent des résultats semblables. Par suite des restrictions dues à la guerre, le gouvernement a eu recours à la taxation. Aussitôt se sont développés les « marchés clandestins » signalés plus haut et que l'on nomme aujourd'hui le « marché noir ». C'est contre lui que veut sévir le gouvernement qui veut maintenir, coûte que coûte, le système de taxation des prix.

Dans une interview accordée à un collaborateur de *La Vie Industrielle*, M. Yves Bouthillier, secrétaire d'Etat à l'Economie nationale et des Finances, disait, après avoir donné un aperçu général de la situation (1) :

« C'est en présence de cette situation que l'on nous invite à restituer au commerce sa primauté et son indépendance de naguère. On oublie que la liberté du commerce n'avait qu'une raison d'être : équilibrer automatiquement, par un ajustement des prix, les offres et les demandes des produits. Comme la masse des produits consommables est actuellement très limitée, les acheteurs enchériraient sans nul frein et la hausse des prix ne pourrait plus être contenue. Ce serait alors la misère complète pour la plus grande partie de la population, et

(1) Journal *La Dépêche de Brest et de l'Ouest*, 14 novembre 1941.

toutes les combinaisons spéculatives rendues possibles. Ce que je trouve angoissant dans cette éventualité, ce n'est pas en lui-même le désordre monétaire qu'elle provoquerait, ce sont les conséquences sociales et les souffrances imméritées qui résulteraient inéluctablement d'une telle abdication de l'autorité.

Je sais bien qu'on me dira : « Tout cela n'est pas l'évocation d'une lointaine éventualité; c'est le tableau d'une réalité trop proche. Le mal est fait. Il s'appelle le marché noir. C'est là que se vérifie chaque jour ce que vous prétendez vouloir éviter : les riches vivant au détriment des humbles dont la pénitence s'accroît de mois en mois. »

C'est d'abord un surprenant paradoxe de dire : « Le marché noir est funeste. donc supprimez les règlements. »

En effet, supprimer les règlements, c'est décider l'extension *générale* de ce même marché noir. *Revenir à la liberté du commerce, ce n'est pas autre chose que d'universaliser le marché noir.*

Si l'on a bien conscience de ce fait, les choses deviennent plus claires; on comprend que les profiteurs du marché noir fassent campagne pour le « laissez faire ».

En réalité, le devoir du gouvernement consiste à réprimer inlassablement et impitoyablement les fraudes conscientes et malfaisantes. Les bandes de trafiquants de faux tickets comme ceux qui ont été découverts à Marseille, les organisateurs de la hausse des prix ou de la raréfaction des denrées doivent être poursuivis et mis hors d'état de nuire. L'institution d'un tribunal d'Etat va renforcer la promptitude et la portée du châtement.

.....

La masse des honnêtes gens n'a pas besoin de la menace pour accomplir son devoir; il lui suffit de savoir que les lois sont édictées pour sa propre protection et que tout ce qui sauvegarde la stabilité économique et monétaire est aussi essentiel à l'intérêt de la communauté nationale qu'à celui de ses membres.

Par conséquent, il nous faut poursuivre au cours des mois à venir, la politique de salut public que nous avons pratiquée jusqu'ici. *Le gouvernement l'appliquera avec persévérance sous son triple aspect : défense de la consommation par le rationnement; défense de la production par la répartition des crédits, des matières et des bras; défense du pouvoir d'achat par la taxation des prix.* »

Voilà donc la taxation remise à l'honneur, et avec elle reparaissent les inconvénients souvent signalés : « En temps de guerre, la taxation se superpose souvent au rationnement. Il y a en effet, entre l'offre et la demande, un déséquilibre qui ne peut pas être spontanément rétabli puisque les éléments de l'offre : main-d'œuvre, transports, matières premières manquent en partie ou en totalité. Le rationnement ne suffit d'ailleurs pas à éviter une hausse des prix, apparente ou clandestine. Les familles pauvres, par exemple, qui, pendant la dernière guerre, achetaient des denrées au prix imposé, grâce à la carte de sucre, les revendaient parfois à un prix supérieur. » (1)

Nous n'insisterons pas ici sur la question de la taxation en temps de guerre, nous réservant d'y revenir plus loin, au chapitre II.

A notre avis, en période normale, le législateur ne doit user de la taxation qu'à bon escient.

Reconnaissons, par exemple, avec M. Baudin, qu'il est « un cas où l'intervention de l'Etat, à titre temporaire au moins, semble défendable de nos jours. C'est celui où les pouvoirs publics se trouvent en face de prix établis par un groupement : prix administrés ou cartellisés, quasi-monopolistiques. La taxation sert alors de menace utile. Elle permet même de remédier parfois à l'inertie des prix. Ainsi en France, à la fin de l'année 1927, les intermédiaires freinaient la baisse des prix de la viande au détail; les préfets ont provoqué cette baisse en les menaçant de taxer les prix. Mais, dans ce cas, mieux vaut encore essayer de rompre les ententes en tant qu'elles conditionnent les prix et de rétablir la concurrence. » (2)

Pour terminer, nous adresserons au système de taxation le même reproche que nous avons déjà formulé contre le système des prix imposés. Le prix fixé est obligatoirement un prix uniforme applicable à tous les commerçants du même métier (Arrêt du Conseil d'Etat du 23 janvier 1931). Il en résulte des profits inégaux puisque prix d'achats et frais généraux varient suivant les maisons. Par suite, le prix de taxe peut être rémunérateur pour certains et ruineux pour d'autres.

(1) Baudin, op. cité, p. 108.

(2) Baudin, op. cité, p. 110.

La taxation aurait même un inconvénient plus grand que le prix imposé : s'appliquant généralement à un genre de marchandises ou de denrées plutôt qu'à une qualité bien déterminée, elle permet de vendre au même prix les bons et les mauvais produits.

On a souvent reproché à la taxation d'être une des causes de la mauvaise fabrication du pain. En agissant ainsi, on supprime en effet toute initiative et tout esprit d'organisation puisque, quels que soient le travail fourni et la qualité obtenue, le prix restera le même, celui de la taxe.

En faveur de la taxation, on a souvent invoqué qu'il était indispensable de maintenir à un certain niveau le prix des denrées de première nécessité, par exemple de la viande et du pain, dont on a fait d'ailleurs toute une politique. On voulait que l'ouvrier vive de son salaire, ce qui est très normal, et par un moyen en quelque sorte détourné, on augmentait son pouvoir d'achat en taxant au plus bas le prix de certains produits.

On oubliait alors que « la vérité est que la seule manière d'augmenter le pouvoir d'achat d'un peuple est de provoquer une baisse des prix par l'accroissement de la production (invention, amélioration technique, augmentation du rendement du travail). Telle est la doctrine individualiste que l'on est confus d'avoir à rappeler. Mais les paroles des économistes sont trop souvent, suivant l'expression de G. Ferrero, des « discours aux sourds ». (1)

Remarquons que les développements précédents ne visent pas seulement la taxation de certaines denrées. Toute fixation d'un prix par le législateur a pour origine des mobiles identiques et doit avoir pour but de remédier à un certain déséquilibre.

Nous retrouvons dans une thèse récente sur l'Economie dirigée en agriculture, les arguments que nous venons de signaler en ce qui concerne le pain et la viande :

« La fixation d'un prix par la loi fait apparaître d'autres préoccupations. La première en date, celle qui a présidé à la fixation du prix du blé, est d'assurer, comme le soulignent les déclarations des orateurs pendant les travaux prépara-

(1) Baudin, op. cité, p. 105.

toires. « un minimum de base, un minimum de salaire pour le cultivateur, de donner à celui-ci son prix de revient et un bénéfice légitime » : le prix établi par la loi est un juste prix.

Des soucis d'ordre moral peuvent s'y mêler...

Ces préoccupations sont plus visibles lorsqu'on arrive à une période de crise comme celle que nous traversons. On veut encore attribuer à l'agriculteur une rémunération suffisante, mais il faut par-dessus tout que le consommateur puisse se nourrir sans avoir à payer des prix prohibitifs. De la notion de prix minimum, on passe à celle de prix maximum.

...Au lieu de soutenir les prix, on cherche à arrêter leur montée. » (1)

On pourrait peut-être trouver une explication à l'application du système de taxation des prix : dans certaines périodes, l'Etat subit les pressions des consommateurs qui, le croyant tout-puissant, lui demandent d'intervenir dans la réglementation des prix. Le public ne voit alors que le fait brutal de la taxe et croit avoir obtenu une victoire sur les commerçants qui ne sont plus maîtres de leurs prix de vente. Il se soucie bien peu du prix qu'aurait en réalité déterminé le jeu de la concurrence libre et naturelle du commerce. Pour lui, le prix taxé représente une garantie jusqu'au moment où il s'aperçoit qu'il n'en retire que bien peu d'avantages et que les marchandises se font de plus en plus rares.

Aussi concluons-nous avec M. Truchy : (2)

« Les inconvénients et les dangers de la taxation sont très grands et si clairs qu'il y a lieu d'être surpris du nombre de partisans qu'elle garde, même parmi les gens qui ne sont pas sans culture. C'est un témoignage éclatant de l'ignorance où sont encore beaucoup d'hommes cultivés des notions économiques les plus simples. Il semble d'ailleurs que, parmi ceux qui approuvent ou réclament des taxations, il y en a qui ne se font guère d'illusions sur ce qu'il y a lieu d'en attendre, mais on veut donner satisfaction à l'opinion de la rue et, parodiant un mot célèbre, on dirait volontiers qu'il faut une taxation pour le peuple. »

(1) Dauphin, « Quelques aspects de l'économie dirigée en agriculture dans l'Eure-et-Loire », Thèse Paris 1941, page 110.

(2) Truchy, op. cité, p. 476.

SECTION II

Les Régies municipales

L'étude que nous venons de faire dans la section précédente ne nous a montré qu'une intervention limitée de l'Administration dans le domaine commercial.

En abordant le problème des régies municipales, nous arrivons à une forme d'interventionnisme que l'on peut qualifier de directe.

Par suite du développement intensif de la vie urbaine, les collectivités communales ont été amenées à s'occuper de différents services et se sont ainsi trouvées jouer un rôle économique de plus en plus important. En dehors des préoccupations d'hygiène, qu'une population toujours plus nombreuse réclame, les communes doivent intervenir pour satisfaire des besoins sans cesse grandissants.

Elles doivent, de plus, veiller à ce que les habitants soient suffisamment ravitaillés et à des prix normaux. Enfin, comme il est naturel dans tout groupement d'individus, la politique ne perd pas ses droits dans l'organisation communale. Les initiatives des communes n'ont pas toujours été dictées par des considérations économiques, mais souvent par des désirs politiques qui ont poussé à la création d'organismes municipaux. C'est cette tendance politique que l'on résume sous le terme de « Socialisme municipal ». Remarquons que cette exploitation, par les collectivités, d'entreprises qui étaient autrefois l'apanage des particuliers, est un moyen de réalisation pratique des doctrines collectivistes. Aussi la question des régies municipales offre-t-elle un grand intérêt auquel le gouvernement doit songer. L'accroissement du nombre des exploitations municipales peut être un danger grave pour l'individu qui se trouve ainsi en lutte avec des organismes représentant de grandes forces. En dehors du point de vue politique, le fait de confier à des communes des activités en principe réservées à des individus, peut avoir des conséquences économiques très importantes.

La question des régies municipales a d'ailleurs fait l'objet de nombreuses discussions. Avant les décrets de 1926, la situation des entreprises communales à caractère purement industriel ou commercial se trouvait instable. Aucun texte bien précis ne permettait de les admettre ou de les condamner. Partisans et adversaires des régies municipales cherchaient dans la loi du 5 avril 1884 un texte qui permît de faire triompher leurs thèses respectives.

Quant à la Jurisprudence, elle se montrait hostile aux tentatives industrielles ou commerciales des communes et invoquait la règle classique de l'incapacité des communes en matière de commerce et d'industrie.

Les communes n'avaient d'ailleurs pas entière liberté pour créer des régies municipales. Il fallait obtenir la permission de l'autorité supérieure et, à cet égard, les tendances gouvernementales se trouvaient résumées dans un avis que M. Waldeck-Rousseau, ministre de l'Intérieur, adressait en 1903 au préfet de la Seine (1) :

« D'après la Jurisprudence administrative, disait le ministre de l'Intérieur, les communes ne devaient pas être autorisées à exploiter directement des établissements industriels; de semblables exploitations sont, en effet, exposées aux influences des circonstances économiques et à des chances incertaines de succès; elles exigent par suite des qualités spéciales de vigilance et d'habileté commerciales que les municipalités peuvent ne pas réunir. D'un autre côté, les agents municipaux chargés de la gérance et de la direction n'étant pas soumis aux responsabilités que la loi fait peser sur les administrateurs des sociétés de commerce, les pertes en cas d'insuccès retomberaient à la charge des villes. »

L'opposition de la Jurisprudence était encore plus marquée quand il s'agissait de créer des régies municipales dans des branches du commerce et de l'industrie où les initiatives privées ne faisaient pas défaut. Elle invoquait comme arguments, d'une part la théorie de la spécialité des établissements publics, d'autre part le principe de la liberté du commerce et de l'industrie tel qu'il résulte de la loi du 17 mars 1791.

Un arrêt du 6 mars 1914 rendu à la suite d'un recours exercé par le Syndicat de la Boucherie de Chateauroux contre la décision municipale qui avait autorisé une subvention accordée à une boucherie locale, s'exprime de la façon suivante : « Considérant qu'il ne rentre pas dans les attributions du conseil municipal d'allouer des subventions sur les fonds communaux à une entreprise privée, pour la favoriser dans la concurrence qu'elle soutient contre les autres commerçants de la localité. »

Un autre considérant du même arrêt nous renseigne sur la façon de voir du Conseil d'Etat à cette époque.

(1) Bulletin municipal officiel de la Ville de Paris, n° du 27 fév. 1903, p. 369.

« Considérant, dit cet arrêt, que si dans des circonstances exceptionnelles, l'intervention du conseil municipal peut cependant être rendue nécessaire pour assurer l'alimentation publique, il résulte de l'instruction qu'aucune circonstance de cette nature n'existait à Chateauroux. »

Cette notion de « circonstances exceptionnelles » reste pour le Conseil d'Etat une pure question d'opportunité et lui permettra, selon les cas, d'admettre ou de rejeter le recours par excès de pouvoir.

La guerre de 1914 marque une date dans l'accroissement du nombre des régies municipales.

Sous l'empire de nécessités de fait plus nombreuses et plus impérieuses qu'en temps de paix, les communes durent souvent suppléer à la carence des entreprises privées. La plupart des commerçants furent en effet mobilisés. Il fallut se préoccuper de satisfaire les besoins essentiels de la population civile, sans quoi celle-ci se serait trouvée démunie des denrées indispensables, ou aurait été à la merci de groupements disposés à profiter des difficultés de la période de guerre.

Dans certains cas même, où le commerce avait totalement disparu, les communes durent se substituer à lui pour assurer le ravitaillement de la population. Dans d'autres, les communes intervinrent en constituant des stocks de denrées alimentaires et assurèrent, au moyen de coopératives ou de comités de ravitaillement, l'approvisionnement de leurs habitants.

Les coopératives communales, les boucheries, les boulangeries, les poissonneries, les laiteries municipales se multiplièrent rapidement durant cette période. Le gouvernement encourageait d'ailleurs leur création et attirait l'attention des préfets sur « les résultats obtenus par de nombreuses municipalités qui ont cherché à parer au déficit des approvisionnements locaux ou à la hausse excessive du prix des denrées, soit par la création de boucheries municipales, soit par l'organisation de la vente directe aux consommateurs de certaines denrées de première nécessité, soit même par la constitution de magasins généraux. »

Plusieurs textes furent promulgués pour faire face aux soucis du moment. La loi du 20 avril 1916 autorisa le gouvernement, pendant les hostilités et les trois mois qui devaient suivre leur cessation, à pourvoir à l'approvisionnement

de la population civile par voie d'achats amiables ou de réquisitions en vue de cession aux communes des denrées et produits ci-dessous énumérés :

Sucre, café, huile, graisses alimentaires, légumes secs.

D'autres produits furent ajoutés aux précédents par les lois du 30 octobre 1916 et du 4 avril 1918. Ce sont : les beurres, les fromages, les tourteaux alimentaires, les graines oléagineuses, le riz, le mil, la semoule, les pâtes alimentaires, le tapioca, les viandes salées ou conservées, les poissons salés ou conservés, les poissons alimentaires, le rhum et le poivre.

Mais ces textes ne visaient que l'achat de denrées par le gouvernement. Le décret du 30 juin 1916 réglemente la vente par les communes à la consommation locale des denrées ci-dessus qui leur avaient été procurées par les services de ravitaillement.

Des régies communales furent ainsi instituées pour la vente directe au public. Cette législation n'était prévue que pour la période de guerre et devait théoriquement cesser à la date fixée par la loi du 23 août 1919. Mais les difficultés nées de la guerre persistèrent bien longtemps après, et dans de nombreux cas il fallut bien admettre l'existence des régies municipales, bien que l'intervention des collectivités publiques se soit produite après la date de cessation des hostilités.

Aussi, après la guerre de 1914-1918, la question de la réglementation des régies municipales était-elle d'actualité. Les régies que les communes avaient créées pendant cette période continuaient à fonctionner : il était par conséquent nécessaire de combler cette lacune de la législation.

Le ministère de l'Intérieur fit procéder à une enquête d'ensemble sur le fonctionnement des régies qui fit l'objet d'un rapport détaillé de l'Inspection générale des services administratifs (J. O. 12 septembre 1923). Ce rapport concluait qu'il était nécessaire que le législateur fixât les pouvoirs des communes dans le domaine économique.

Usant de la loi du 3 août 1926 qui lui permettait d'opérer une réforme générale de l'Administration, le gouvernement, par un décret du 5 novembre 1926, procéda à la réglementation des régies municipales. L'article 14 de ce décret modifie l'article 68 de la loi du 5 avril 1884, en ajoutant à l'énumération des délibérations des conseils municipaux qui ne sont exécutoires qu'après approbation par l'autorité supérieure, un paragraphe ainsi conçu :

« 12° — L'intervention des communes notamment par voie d'exploitation directe ou par simple participation financière dans les entreprises même de forme coopérative et commerciale ayant pour objet le fonctionnement des services publics, le ravitaillement et le logement de la population, les œuvres d'assistance, d'hygiène et de prévoyance sociale ou la réalisation d'améliorations urbaines. »

Comme conséquence logique, l'art. 51 du même décret ajoutait à l'art. 133 de la loi municipale un paragraphe n° 14 prévoyant parmi les recettes :

« Le produit des recettes municipales et de la participation des communes dans les entreprises visées à l'art. 68 al. 12 de la présente loi. »

La réforme fut complétée par un décret du 28 décembre 1926 qui indique dans l'art. premier : « Les communes et les syndicats des communes peuvent être autorisés, dans les conditions indiquées par l'art. 3 du présent décret, à exploiter directement un service d'intérêt public à caractère industriel ou commercial. » Les règles auxquelles doivent se soumettre les régies furent ensuite complétées par un règlement d'administration publique en date du 17 février 1930, puis par un décret du 9 janvier 1933 approuvant un règlement intérieur type élaboré par l'Administration.

Il ressort de l'ensemble de cette réglementation que les communes sont maintenant habilitées à exploiter des entreprises de nature bien différente, à la condition toutefois que ces exploitations présentent un intérêt public. Les autorités de tutelle, chargées de contrôler et d'approuver les délibérations du conseil municipal, doivent rechercher si l'entreprise projetée par la commune répond bien à cette condition, afin, dit l'exposé des motifs, que « se trouve conservé entre les mains de l'autorité tutrice un frein que rend nécessaire le triple intérêt dont elle doit être également soucieuse, de la liberté du commerce, des consommateurs et des contribuables ».

Ainsi, en 1926, on parle encore de respecter le principe de liberté du commerce, bien que déjà on encourage la création des régies municipales. Cet effort de municipalisation d'entreprises se poursuit dans les années qui suivent et nous arrivons alors au décret-loi du 30 octobre 1935 (J. O. p. 11501), relatif aux régies municipales et pris pour faciliter la création par les municipalités d'organismes destinés à réduire le coût de la vie.

Le rapport au président de la République s'exprime dans les termes suivants : « L'organisation actuelle, fixée par le décret du 28 décembre 1926, prévoit que la création des régies municipales doit être autorisée par un décret en Conseil d'Etat lorsque le règlement intérieur n'est pas conforme à un règlement type établi par la Haute Assemblée. Or, ce règlement type convient aux grandes exploitations de caractère industriel, mais s'appliquerait mal aux petites entreprises commerciales que les communes pourraient créer en vue de contribuer à l'abaissement du coût de la vie. Dans ces conditions, l'organisation de ces régies est soumise à une procédure longue et compliquée qui décourage les initiatives des municipalités. Dans les circonstances actuelles, plus qu'à tout autre moment, il est indispensable de remédier à cette situation. »

Le président de la République, utilisant la loi du 8 juin 1935 accordant au gouvernement des pouvoirs exceptionnels pour assurer la défense du franc et lutter contre la spéculation, prit le décret suivant :

« *Art. premier.* — Lorsque les régies à caractère commercial que les communes sont autorisées à organiser par l'article 68 de la loi du 5 avril 1884, modifié par l'article 14 du décret du 5 novembre 1926, auront pour objet de combattre les prix excessifs des denrées alimentaires de première nécessité, leur création et leur fonctionnement seront réglés par les dispositions suivantes :

Art. 2. — La régie est créée par délibération du conseil municipal. Celui-ci établit le règlement intérieur de la régie.

Art. 3. — Dans les huit jours de la réception de la délibération, le préfet ouvre une enquête sur le projet. Cette enquête dure quinze jours à partir de l'accomplissement des formalités habituelles de publicité. Le commissaire enquêteur désigné par le préfet reçoit les observations des habitants. S'il y a des oppositions, le conseil municipal délibère à nouveau. Dans la huitaine de la réception de la délibération, le préfet statue définitivement sur le projet et le règlement intérieur. »

On aperçoit nettement la tendance gouvernementale à faciliter aux communes l'exploitation d'entreprises de caractère industriel ou commercial.

Mais si la nouvelle réglementation laissait à l'autorité municipale la latitude de créer des régies, le Conseil d'Etat, quand l'occasion se présentait, estimait

que ces créations ne devaient être autorisées que s'il existait des circonstances exceptionnelles susceptibles de les justifier. Toutefois, au lendemain des décrets de 1926, on a pu dégager de la jurisprudence du Conseil d'Etat les principes d'une construction juridique nouvelle.

Nous avons vu que pendant la guerre de 1914, plusieurs municipalités s'étaient occupées d'assurer le ravitaillement de leurs habitants en denrées de première nécessité. Elles s'étaient même placées dans le circuit de la répartition en essayant d'obtenir les prix de revient et de vente les plus bas. Théoriquement, l'idée de bénéfices commerciaux leur étant interdite, les régies municipales devaient procurer aux consommateurs des prix inférieurs à ceux pratiqués dans le commerce. Mais en réalité, il n'en fut pas toujours ainsi, les frais d'exploitation de ces organismes étant souvent plus élevés que ceux du commerce libre.

En matière de ravitaillement, le Conseil d'Etat s'est montré moins accueillant qu'en matière de services publics proprement dit, par exemple qu'en matière d'hygiène. Dans un arrêt du 30 mai 1930 (S. 1931-3-73), il a admis le recours formulé par la Chambre syndicale de Commerce en détail de Nevers, à la suite de la création d'un service municipal de ravitaillement : « Considérant, dit l'arrêt, que les entreprises ayant un caractère commercial restent en règle générale réservées à l'initiative privée et que les conseils municipaux ne peuvent ériger des entreprises de cette nature en services publics communaux que si, en raison de circonstances particulières de temps et de lieu, un intérêt public justifie leur intervention en cette matière.

Considérant que l'institution d'un service de ravitaillement, destiné à la vente directe au public, constitue une entreprise commerciale, et qu'aucune circonstance particulière à la ville de Nevers ne justifiait la création en 1923 et le maintien au cours des années suivantes, d'un service municipal de cette nature dans la dite ville : que le sieur Guin est, dès lors, fondé à soutenir qu'en refusant de déclarer nulles de droit les délibérations par lesquelles la ville de Nevers a organisé ce service, le préfet de la Nièvre a excédé ses pouvoirs. »

Toutefois, le Conseil d'Etat, qui autrefois admettait difficilement l'existence de circonstances exceptionnelles, suit à son tour aujourd'hui la tendance qui se fait jour en faveur d'un plus large pouvoir reconnu aux communes. La notion d'intérêt public domine beaucoup d'arrêts, mais là où cet intérêt public existe, le Conseil d'Etat admet la création ou le maintien des régies.

Dans les arrêts Blanc, Planche et Lavabre, des 19 mai 1933 et 23 juin 1933 (S. 1933-3-81), le principe en est formellement évoqué.

Dans d'autres cas, le Conseil d'Etat admet la création d'entreprises municipales toutes les fois que l'initiative privée sera inexistante ou insuffisamment développée pour satisfaire aux besoins des habitants (arrêt Blanc du 19 mai 1933, S. 33-3-81) : il refuse au contraire l'intervention municipale, même dans un intérêt public, s'il n'y a pas de défaillance ou d'insuffisance manifeste de l'initiative privée, pour des exploitations qui, en raison de leur caractère d'entreprise commerciale, sont réservées en principe à l'initiative privée (Conseil d'Etat 18 janv. 1935, S. 1935-3-17). Enfin, dans l'arrêt Zenard du 24 novembre 1933 (Sirey 1934-3-105), le Conseil d'Etat déclare expressément que le maintien d'une boucherie municipale pouvait être légitimé par la préoccupation d'obtenir une régularisation du prix de la viande. L'intérêt public consiste ici dans le fait que la disparition de cette boucherie municipale entraînerait des inconvénients pour les habitants de la commune. D'autre part, dans cet arrêt, la Haute Assemblée a admis l'un des arguments de la ville de Reims en faveur du maintien de sa boucherie, à savoir que le fonctionnement de la boucherie municipale n'avait pas eu pour effet de réduire le nombre des boucheries privées. Il n'y avait donc aucune atteinte au principe de la liberté de la concurrence, puisqu'elle ne jouissait d'aucun monopole et qu'elle fonctionnait dans des conditions identiques à celles des entreprises privées.

Tel était du moins l'avis du Conseil d'Etat. Il est pourtant bien difficile d'admettre que les entreprises municipales ne sont que des concurrents ordinaires pour le commerce privé.

En se contentant peut-être d'un examen superficiel, la boucherie municipale ressemble beaucoup à la boucherie particulière, mais en réalité tout y est différent. La première bénéficie toujours de conditions d'exploitation spéciales. Ne serait-ce même que pour les relations avec les autorités municipales, elle se trouve beaucoup mieux placée pour résoudre toutes les affaires litigieuses. Ayant des rapports constants avec la municipalité, elle est au courant rapidement de toutes les décisions administratives et bénéficie, surtout dans les grandes villes, de la haute autorité que peut avoir le maire. D'autre part, affirmer que l'entreprise municipale n'empêche pas la concurrence semble bien extraordinaire si l'on veut bien se rappeler que son but est d'abaisser les prix au maximum, puisqu'elle ne doit faire aucun bénéfice. Théoriquement, elle doit arriver à rendre le commerce privé

impossible en privant les commerçants du gain qu'ils sont logiquement en droit d'escompter et qui constitue en définitive leur salaire. Mais la différence entre les deux sortes d'entreprises réside surtout dans le manque de responsabilité de l'exploitation communale.

Pour résumer la Jurisprudence, nous pouvons distinguer deux stades :

Dans le premier, elle a adopté les principes posés par la doctrine libérale individualiste en ce qui concerne les interventions de l'Etat. A ce stade, l'intervention administrative était admise : a) dans un *but de police*, c'est-à-dire pour assurer la tranquillité, la sécurité et la salubrité publiques;

b) Lorsque les entreprises envisagées exigent par leur nature même *une occupation du domaine public*. Exemples : les entreprises de transport par voie ferrée, les entreprises de distribution d'eau ou de gaz;

c) Dans certains cas, pour des opérations industrielles ou commerciales qui ne sont que l'accessoire d'un service public;

d) Enfin, lorsque « à raison de circonstances particulières de temps et de lieu, un intérêt public justifie l'intervention. »

Dans le deuxième stade, la Jurisprudence « semble vouloir s'écarter du pur libéralisme pour s'orienter vers certaines données de l'économie dirigée ». (1)

« Or, c'est précisément pour les interventions administratives dans le domaine du commerce de l'alimentation, que s'est manifestée la nouvelle orientation de la Jurisprudence qui tend à dépasser les idées libérales pour faire admettre certaines idées d'économie dirigée. En effet, après avoir admis qu'au cas de défaillance ou insuffisance de l'initiative privée, l'intervention administrative ne peut que venir suppléer à cette défaillance ou insuffisance, de récents arrêts ont admis qu'au cas d'insuffisance de l'activité privée, l'administration peut intervenir non seulement dans un but de suppléance, mais aussi en vue d'exercer une pression sur l'entreprise privée, afin de la diriger dans un certain sens, quant à ses procédés et méthodes, de façon à ce qu'elle s'adapte mieux aux conditions économiques et qu'ainsi elle cesse d'être insuffisante. Or, cette action de redresse-

(1) Bonnard, Précis de Droit Administratif, 3^e éd. 1940, p. 386.

ment exercée sur l'entreprise privée dépasse nettement le point de vue libéral qui, lui, se borne strictement à l'idée de suppléance; c'est proprement un point de vue d'économie dirigée.

A deux reprises, le Conseil d'Etat a accepté cette tendance à l'économie dirigée en déclarant justifié le maintien des boucheries municipales en vue d'exercer une pression sur les boucheries privées pour les amener à pratiquer leur commerce d'une certaine façon et à limiter leurs prix.

(C. E. Lavabre, 23 juin 1933. Conclusions Rivet, S. 1933-3-86. Zenard, 24 nov. 1933, S. 1934-3-105. Conclusions Detton. Note Mestre) (1). »

Signalons enfin que le décret-loi du 24 mai 1938 (S-1938-4-275), complété par l'arrêté du 2 sept. 1938, a créé un conseil supérieur des Services industriels et commerciaux des départements et communes, chargé de donner des avis et d'élaborer des règlements pour l'organisation de ces services.

Que devons-nous penser de ces interventions administratives dans le domaine commercial et industriel? La question est d'importance car, le principe étant admis, nous devons nous attendre à le voir se généraliser.

Pour certains auteurs, l'exploitation par des régies municipales offrirait des avantages certains. On reprend alors la fameuse critique des intermédiaires, du « commerce parasite » dont nous avons parlé au début de notre étude, et l'on dit qu'achetant directement, les régies municipales suppriment une grosse partie des charges qui représente précisément le bénéfice des intermédiaires. Elles auraient aussi de grosses capacités d'achat et constitueraient surtout des organismes stabilisateurs ayant pour objet d'empêcher les fluctuations excessives du marché. En cas de hausse, elles freineraient la montée rapide des prix et, en cas de baisse, elles éviteraient l'effondrement éventuel des cours.

Nul doute que dans des circonstances exceptionnelles, telles que la guerre ou des catastrophes, les régies municipales d'alimentation rendent, ou tout au moins sont susceptibles de rendre d'appréciables services, mais en période normale on n'en voit guère l'utilité. On prétend qu'elles font bénéficier les consommateurs de prix inférieurs à ceux du commerce. Si cela a pu se contrôler dans quelques cas et dans quelques communes, les exemples ne manquent pas non

(1) Bonnard, op. cité, p. 390.

plus où leur création n'a guère été un succès. Même dans les réalisations les plus réussies, il ne faut pas oublier tout l'appui dont elles disposent, et si l'on faisait un bilan sincère de ces exploitations, on s'apercevrait qu'elles n'ont rien à apprendre au commerce libre.

Il est assez intéressant, maintenant que les régies municipales bénéficient en quelque sorte d'un statut légal, de relire le rapport présenté par J.-L. Bonnet à la suite de l'approbation par le Conseil des ministres, en octobre 1911, d'un projet de loi ayant pour objet d'autoriser la création de boulangeries et boucheries municipales (1).

Ce rapport synthétise d'une manière à peu près complète les reproches que l'on peut adresser aux régies municipales.

« Le projet gouvernemental repose sur une erreur économique et crée un malentendu déplorable. Le cabinet Caillaux innove l'établissement de boulangeries et boucheries municipales dans un but nettement déterminé : elles doivent remplir l'office de « régulateur accidentel » dans la hausse du pain et de la viande et remédier de la sorte aux excès de renchérissement de ces produits de première nécessité. C'est donc que les boulangeries et boucheries ont profité des circonstances pour concerter le relèvement de leurs prix et exploiter la clientèle. Les établissements municipaux déjoueront ces manœuvres et protégeront le consommateur contre cette coupable rapacité. »

L'auteur s'élève avec force contre ces affirmations mensongères et indique que boulangers et bouchers n'ont pas causé la hausse des prix, mais l'ont plutôt subie. Il attaque alors les trusts de commerçants en gros et de spéculateurs qui auraient accaparé la marchandise et exagéré les prix, et se demande si le détaillant municipal échappera à cette étreinte mieux que le détaillant actuel.

Concernant la situation financière, il ajoute : « En cas de mauvaises affaires, la perte retombera sur l'ensemble des citoyens et comme par l'incidence des taxes et notamment par l'octroi, les travailleurs fournissent la contribution la plus élevée, l'expérience aura été faite surtout à leurs dépens. » Quant à la gestion elle-même, l'auteur ne voit pas la possibilité pour la « Communale » de tenir ses promesses; il n'y a que deux moyens :

(1) J.-L. Bonnet, « Les boulangeries et boucheries municipales et les petits commerçants », Edition 1912, Parti Républicain et Radical-Socialiste, 9, rue de Valois, Paris.

1^o) « ou avoir moins de frais généraux que les établissements existants, et c'est chimérique. N'oublions pas que ces détaillants sont des gagne-petit qui travaillent généralement avec leur famille, réduisant les dépenses au minimum et donnant un maximum d'efforts. »

2^o) « ou consentir au début un sacrifice. Cette baisse de prix pourra durer aussi longtemps que le capital social ne sera pas dévoré; mais cette éventualité contraindra à relever les prix et on se condamne soi-même. »

Mais pendant ce temps, « la boulangerie et la boucherie municipales concurrenceront avec les subsides communaux les autres établissements et les déprécieront. Ici un fonds de commerce acquis à beaux deniers comptants tombera à zéro; là, la plus-value d'un fonds de commerce obtenue par le travail obstiné et personnel du patron disparaîtra. Le projet porte ainsi une grave atteinte au principe de la propriété et un immense préjudice au possesseur. »

Boulangers et bouchers ne seront d'ailleurs pas les seuls à être atteints. « Si la création de la boulangerie et de la boucherie municipales est autorisée « dans l'intérêt du consommateur », les électeurs ne comprendront pas qu'on s'en tienne là. « Le peuple, a écrit un homme politique illustre, est un grand logicien; dès qu'on pose les prémisses sous ses yeux, il se hâte de conclure. » Aussi le consommateur ne tardera-t-il pas à demander pourquoi la « communale » ne vendrait-elle pas le lait, le poisson, le sucre, les légumes frais et secs, le fromage, les articles d'épicerie, les viandes fumées, le gibier, le porc et la volaille, puisqu'elle vend du bœuf, du cheval, du veau et du mouton ? »

A toutes ces attaques contre la création des régies municipales, viennent encore s'ajouter des arguments qui ne sont guère en sa faveur. M. Bonnet les résume comme suit :

« Dans les grandes villes plus encore que dans les petites, la boulangerie et la boucherie municipales perdraient tout caractère commercial et formeraient une annexe administrative. Les directeurs et les employés seraient, au sens rigoureux du mot, des fonctionnaires et les ouvriers des travailleurs municipaux... Les règles étroites et rigides de la bureaucratie seraient appliquées à la comptabilité, aux méthodes d'achat et de vente, à la surveillance, au contrôle. La pape-rasserie envahirait la maison et les frais généraux seraient énormes.

Les fonctionnaires de la « communale » ne seraient ni troublés par les vicissitudes des cours de la matière première, ni hantés de la crainte de perdre des clients, ni inquiets de garder en solde des marchandises périssables; eux au moins conserveraient leur sérénité dans la crise et dans toutes les crises, assurés qu'ils sont de toucher leurs appointements, d'obtenir automatiquement leur élévation de classe et de traitement, et leur retraite à la fin de leur carrière.

Toutes les conditions de la prospérité commerciale font ici défaut : pas d'initiative, pas d'effort individuel, pas de responsabilité; nul souci de l'achalandage, ni tracas de la concurrence, ni aiguillon du bénéfice. La « communale » sera un des compartiments bureaucratiques, un des services de l'administration comme la Comptabilité, l'Etat Civil, la Voirie et, un soir, à une séance du conseil municipal, le rapporteur général du budget commentera en termes mélancoliques la perte du capital social et le triste sort du « régulateur ».

Nous avons à dessein insisté sur la question des régies municipales. Le rapport que nous venons d'analyser énonçait en 1912 les dangers auxquels pouvait aboutir cette « municipalisation » du commerce. Depuis, nous avons vu que les décrets de 1926 (5 nov., 28 déc.) et du 30 octobre 1935 avaient réglementé la création ou le maintien de ces régies. On a voulu favoriser l'exploitation par les communes d'entreprises à caractère commercial ou industriel. Souvent, d'ailleurs, les préoccupations politiques n'ont pas été étrangères à ce développement. Dans le rapport cité plus haut, M. Bonnet disait en parlant des socialistes unifiés :

« Leurs journaux expliquent que les boulangeries et boucheries municipales amorceront des créations analogues, prépareront d'autres « municipalisations » qui nous achemineront vers une plus prompte application intégrale du collectivisme. »

Puis il ajoute : « Ils ont découvert un moyen infaillible d'adoucir l'existence des petits commerçants : c'est de les supprimer. L'article premier et fondamental de leur programme est « la socialisation des moyens de production et d'échange », c'est-à-dire la suppression de la propriété individuelle qui est remplacée par « la propriété communiste ou collective. »

Si les socialistes n'ont pu faire admettre entièrement leur théorie, nous devons reconnaître que l'Etat s'immisce chaque jour davantage dans des domaines autrefois réservés à l'activité privée. Nous avons vu que, dans ses derniers arrêts, le Conseil d'Etat semble vouloir s'écarter du libéralisme pour s'orienter vers certaines données d'activité dirigée. Nous n'insisterons pas davantage ici sur ce point, nous réservant de l'étudier plus loin dans le chapitre III.

CHAPITRE II

La période de guerre

Les interventions de l'Etat, en période normale, sont, nous l'avons vu, l'objet de nombreuses critiques. En dehors de certains domaines où elles sont admises et où les intérêts généraux doivent être satisfaits, quel que soit le résultat financier, on estime que l'action de l'Etat doit être généralement exclue. On fait valoir que les individus qui apportent l'énergie créatrice de l'intérêt personnel sont plus aptes que l'Etat à obtenir de bons rendements. Le seul rôle de l'Etat consisterait à éveiller ou encourager les initiatives privées, à les coordonner et à les pousser dans des directions utiles à l'intérêt général.

Mais de même qu'on ne peut pas songer à laisser à l'initiative privée le soin de fonder des entreprises qui ne donnent pas de bénéfice à brève échéance, de même ne peut-on se fier à elle pour veiller à des intérêts qui, par leur durée et leur ampleur, dépassent les vues de l'individu.

Cela existe déjà en temps de paix: on conçoit alors le rôle que va prendre l'Etat en temps de guerre. Toute guerre crée un milieu extrêmement favorable aux interventions de l'Etat.

Au cours de la guerre de 1914, beaucoup d'interventions nouvelles se sont produites. L'Etat a entrepris de diriger lui-même les industries et commerces indispensables à la conduite des opérations et à l'approvisionnement national. Ces interventions, qui ne furent pas toujours très réussies, ont soulevé de vives critiques et renforcé les arguments contre l'Etatisme. Il faut toutefois tenir compte des circonstances spéciales dans lesquelles elles se sont produites. Si l'Etat a pris toutes ces initiatives, c'est qu'en temps de guerre, ce qui importe, c'est de gagner la guerre. Pour cela il faut, avec des ressources diminuées et une main-d'œuvre en majeure partie mobilisée, fournir aux armées le matériel dont elles ont besoin et garantir à la population civile un ravitaillement suffisant.

Faisons tout de suite une remarque générale au début de ce chapitre. En période de guerre ou de trouble, la réglementation ne concerne pas uniquement l'alimentation: le gouvernement doit veiller sur toute activité, qu'elle soit individuelle, commerciale ou industrielle. Les réglementations que nous allons examiner ne sont pas spécialement édictées pour les denrées alimentaires. Cer-

taines ont cet objet, d'autres, comme la législation sur les prix, ont une portée plus générale et s'appliquent à l'alimentation comme aux autres branches commerciales, industrielles et même artisanales.

Mais en période de guerre, plus qu'à tout autre moment, l'alimentation de la population doit être une des principales préoccupations des dirigeants : « La première tâche du gouvernement est de procurer à tous, dans les mois qui vont venir, une alimentation suffisante. » (Maréchal Pétain, 13 août 1940.)

SECTION I

Les pouvoirs exceptionnels du gouvernement

C'est en vue d'assurer ce ravitaillement que de nombreuses lois ont été faites en France, à partir de 1915. Elles avaient pour objet la taxation et la réquisition des denrées et marchandises.

C'est tout d'abord la loi du 20 avril 1916 sur la taxation des denrées et substances, et celle du 3 août 1917 relative aux réquisitions civiles. Ces deux lois n'étaient faites que pour la durée des hostilités. L'article 12 de la loi du 20 avril 1916 complétait la loi des 19-22 juillet 1791 qui, nous l'avons vu, régit la taxation pour le pain et la viande.

Enfin, la loi du 10 février 1918 permettait au président de la République de prendre par décret toute une série de mesures limitant la liberté du commerce et de l'industrie, établissant des taxes de denrées, organisant la fermeture des magasins à certains jours, réglant le ravitaillement. Elle permettait en outre, au président de la République, d'opérer par décret la réquisition de la flotte marchande.

Mais au cours même de la guerre, cette législation s'était révélée insuffisante : il avait fallu voter de nombreuses lois de circonstances et prendre plusieurs décrets dont la régularité fut contestée. C'est la raison pour laquelle il fallut, par la loi du 10 février 1918, donner au gouvernement des pouvoirs étendus.

Après la cessation des hostilités, on se rendit compte qu'il était indispensable d'élaborer des règles générales pour le temps de guerre si l'on voulait éviter pour l'avenir les difficultés rencontrées pendant la guerre de 1914-1918.

Les travaux commencés en 1923 furent menés avec lenteur et aboutirent à la loi du 11 juillet 1938 sur l'organisation de la nation en temps de guerre. Cette loi fut par la suite modifiée par des décrets pris par le chef de l'Etat en vertu de l'extension de compétence à lui attribuée par la loi du 19 mars 1939. Elle le fut aussi par la loi du 8 décembre 1939, qui a encore étendu le domaine ouvert aux règlements du président de la République.

Les articles 36 et 37 de la loi du 11 juillet 1936 avaient simplement une portée d'ordre budgétaire. « Quant à l'article 46, il concerne des matières fort différentes, il n'est plus d'ordre budgétaire, il a trait au ravitaillement national. Aux termes de cet article, le président de la République est habilité, en cas de mobilisation et dans les cas prévus à l'art. premier de la loi du 11 juillet 1938 (1) à prendre des décrets réglementant ou suspendant l'importation, l'exportation, la circulation, l'utilisation, la détention, la mise en vente de certaines ressources. Les décrets peuvent de même taxer lesdits produits et rationner la consommation. Des décrets du même genre peuvent ordonner la déclaration obligatoire par les possesseurs, producteurs, détenteurs et dépositaires des matières, objets, produits, denrées qu'ils détiennent et qui sont nécessaires aux besoins du pays.

Qu'il y ait dans ces articles 36, 37 et 46, tels qu'il étaient rédigés à l'origine, une extension du domaine réglementaire du président de la République, la chose est certaine. Elle est évidente dans le cas de l'ancien article 36, puisqu'il permettait au président de la République d'ouvrir des crédits, même dans le silence d'une loi. Elle l'est encore dans le cas de l'art. 46. Réglementer la circulation, la détention, la mise en vente des produits, les taxer, rationner leur consommation, c'est limiter des libertés, notamment la liberté du commerce et des professions, affirmée dans la loi de 1791 (2). »

Une modification importante fut apportée à l'article 36 par la loi du 8 décembre 1939. Aux termes du texte nouveau : « Pendant la durée des hostilités, en cas de nécessité immédiate, le gouvernement est autorisé à prendre par décret délibéré en Conseil des ministres, les mesures imposées par les exigences

(1) Ces cas sont : 1) les cas d'agression manifeste mettant le pays dans la nécessité de pourvoir à sa défense; 2) les cas prévus par le pacte de la S.D.N.; 3) les périodes de tension extérieure grave.

(2) Rolland, Cours de Droit Administratif (D.E.S.), 1939-1940 (les cours de Droit), p. 325.

de la défense nationale. » Ces décrets sont soumis à la ratification du Parlement dans le délai d'un mois et, en cas d'absence des Chambres, dès leur première réunion.

Il y a là une habilitation beaucoup plus ample que celle contenue dans les articles 37 et 46. Le nouvel article 36 ouvre aux décrets un domaine très vaste et permet au chef de l'Etat de réglementer sur une quantité de questions, du moment qu'elles correspondent aux exigences de la défense nationale et qu'il y a nécessité immédiate.

Nous avons vu dans le passage du cours de M. Rolland, cité plus haut, que le gouvernement pouvait limiter des libertés, notamment la liberté du commerce et des professions. Mais, étant donné le but de la loi, seules certaines limitations répondant aux exigences réelles des circonstances sont possibles. S'il n'en est pas ainsi, les interventions des autorités gouvernementales peuvent être jugées abusives. Un jugement récent a refusé d'admettre les entraves apportées au principe de liberté, par un arrêté préfectoral basé sur la loi du 11 juillet 1938 et le décret du 28 novembre 1938 pris en application :

« Un arrêté préfectoral interdisant la livraison du pain à domicile est illégal. En effet, en prenant un tel arrêté, le préfet excède les pouvoirs qui lui sont accordés par la loi municipale du 5 avril 1884 et par la loi du 11 juillet 1938 sur l'organisation générale de la nation en temps de guerre, textes en vertu desquels cet arrêté a été pris. Se trouvant ainsi dépourvu de base légale et violant par ailleurs le principe de la liberté du commerce et de l'industrie, cet arrêté est entaché d'excès de pouvoir et l'autorité judiciaire doit se refuser à le sanctionner. » (Trib. simple police, Caussade, 11 déc. 1940. Juris-classeur p. 1745, n° du 23 nov. 1941.)

Le principe fondamental de la liberté du commerce et de l'industrie pouvait à juste titre être invoqué. L'exercice d'un commerce par tous les moyens est libre si un texte précis ne le réglemente pas et l'autorité administrative ne peut limiter cette liberté qu'en justifiant de son droit à le faire par une disposition spéciale. Or, dans l'espèce ci-dessus, le préfet n'y avait aucun droit, ainsi que l'indiquent nettement les motifs très précis du jugement : « Attendu, dit le jugement, que la loi du 11 juillet 1938 est relative à l'organisation générale de la nation pour le temps de guerre, que ses diverses dispositions se rapportent à..., aux prestations des fournitures nécessaires pour assurer les besoins du pays... : que les articles 9, 16 et 17 où les préfets interviennent pour son application sont com-

plètement étrangers au commerce de la boulangerie; qu'aucune disposition portant réglementation de ce commerce ne saurait davantage être trouvée dans le décret du 28 novembre 1938. »

SECTION II

Les prix en temps de guerre

Nous avons vu plus haut la législation en vigueur avant la guerre de 1939. L'Etat s'était déjà immiscé dans le commerce en ne laissant pas l'individu libre de fixer ses prix comme il le désirait.

La guerre de 1939 devait encore favoriser la mainmise de l'Etat sur certaines libertés commerciales et renforcer la réglementation existante.

« Il ne faut pas sous-estimer l'influence des changements survenus dans les institutions militaires : le passage des armées de métier à la nation armée, l'universalisation du service militaire et les changements qui en sont résultés dans la mentalité des peuples ont donné à l'Etat des prises nouvelles et solides sur toute la vie et tous les biens des citoyens; une grande armée est une vaste expérience de communisme autoritaire. Dans les conflits armés entre les peuples où leur existence se joue, se fortifie la notion de souveraineté de l'Etat et s'efface au contraire le sentiment des libertés individuelles.

Considérée à ce point de vue, une guerre comme celle de 1914 est une cause extrêmement puissante d'étatisme : dans ceux des peuples belligérants qui ont été le plus longtemps et le plus avant enfoncés dans la lutte, toute la vie économique a été subordonnée aux nécessités de la guerre, et l'Etat a été conduit à en prendre dans une large mesure la direction. » (1)

Il devait en être de même en 1939 où le gouvernement, averti de ce qui s'était passé pendant la guerre de 1914-1918, dut prendre les mesures que les circonstances imposaient.

La période de tension extérieure existait d'ailleurs depuis déjà plusieurs mois. La loi du 19 mars 1939 permit au gouvernement de prendre par décret

(1) Truchy, op. cité p. 102.

délibéré en Conseil des ministres, les mesures nécessaires à la défense du pays. Ces décrets devaient être soumis à la ratification des Chambres avant le 31 décembre 1939.

Le pouvoir réglementaire était ainsi considérablement augmenté. Il comprenait non seulement ce qui intéresse la défense nationale proprement dite, mais encore tout ce qui touche à la sécurité du pays, par exemple l'ordre à l'intérieur et le ravitaillement de la population.

S'appuyant sur cette loi et sur celle du 11 juillet 1938, le gouvernement songea, dès le début des hostilités, à taxer les prix de vente des produits agricoles et des denrées alimentaires. Il prit à cet effet le décret du 1^{er} septembre 1939 sur le ravitaillement général en temps de guerre.

Sachant que toute période de trouble est propice à la spéculation, donc à la hausse des prix, le gouvernement voulut qu'en ce qui concerne tout au moins les principales denrées nécessaires aux besoins de la nation, il ne se produise pas des montées de cours vertigineuses.

L'article 9 du décret du 1^{er} septembre 1939 règle ainsi la taxation :

« La taxation des prix de vente en gros des produits agricoles et denrées alimentaires... est prononcée par décret rendu en Conseil des ministres sur la proposition du ministre de l'Agriculture chargé du ravitaillement.

Le décret susvisé détermine en outre les tarifs extrêmes dans les limites desquels la taxation sera laissée au préfet pour la fixation des prix de vente en demi-gros et en détail.

Le préfet prend, à cet effet, des arrêtés applicables soit à toutes les communes du département, soit à l'une ou à plusieurs d'entre elles. »

Ce premier point réglé, le gouvernement comprit qu'il ne suffisait pas de taxer les produits agricoles et les denrées alimentaires, mais qu'une réglementation générale des prix de toutes les marchandises devait suivre. Il était plus nécessaire que jamais de stabiliser les prix et d'éviter ainsi de graves perturbations intérieures.

Usant des pouvoirs qui lui étaient accordés, le gouvernement prit le décret-loi du 9 septembre 1939 (J. O. 16 sept. 1939, p. 11486), portant réglementation des prix en temps de guerre.

Ce titre indique bien que le décret ne réglemente les prix qu'en temps de guerre: il laisse donc subsister la loi de 1938 pour tous les faits antérieurs au 1^{er} septembre 1939. C'est la raison pour laquelle les tribunaux correctionnels ont appliqué tantôt le décret du 12 novembre 1938, tantôt le décret-loi du 9 septembre 1939 selon la date à laquelle les hausses illicites ont été appliquées.

Autrement dit, le décret du 9 septembre 1939 ne s'applique « qu'en temps de guerre » et laisse subsister la législation du temps de paix.

L'article premier dispose : « Toute majoration des prix à la production et des prix de gros, demi-gros et détail des marchandises et denrées de toute nature, ainsi que de tous tarifs appliqués dans les entreprises artisanales, industrielles et commerciales tels qu'ils étaient pratiqués à la date du 1^{er} septembre 1939, est interdite. »

Ainsi, dès le début des hostilités, le gouvernement a voulu par une formule brutale interdire toute majoration de prix.

Pour que le délit soit établi, il suffit de prendre comme base le prix pratiqué au 1^{er} septembre 1939; si le commerçant ou l'industriel ont vendu des marchandises ou des denrées en majorant ce prix, sans y avoir été autorisés, ils sont en faute.

L'existence d'une vente effective n'est nullement nécessaire. Le décret punit la simple « majoration de prix » et le commerçant est punissable non seulement quand il a vendu la marchandise, mais même dès l'instant où il l'a mise en vente au prix majoré.

Pour couper court à toutes discussions éventuelles, l'art. 2 du décret du 29 février 1940 (J. O. 1^{er} mars 1940, p. 1515) complète l'article premier du décret du 9 septembre 1939 par un article 1 *bis* ainsi conçu :

« Les offres, propositions ou conventions de ventes faites ou contractées à un prix supérieur au prix autorisé sont considérées comme une majoration au sens de l'art. premier, alinéas 1, 2, 3 et 4 du présent décret. »

Ce décret du 29 février 1940 apporte d'ailleurs de nombreuses précisions très utiles sur des points laissés dans le vague par la législation antérieure.

L'interdiction porte non seulement sur la majoration du prix lui-même, mais aussi sur toutes modifications des conditions de vente qui constituent en réalité une charge supplémentaire pour l'acheteur. Ce sera notamment :

« a) l'application à la vente d'une marchandise « nue », d'un prix qui s'entendait antérieurement « logée »;

« b) l'application à la vente d'une marchandise prise au départ de l'usine, à la gare ou au quai de départ, d'un prix qui s'entendait antérieurement de la vente de cette marchandise « rendue franco » chez l'acquéreur. »

...etc... L'énumération de l'art. premier n'est pas limitative et constitue uniquement des indications de procédés de majoration de prix qui tombent sous le coup du décret.

En ce qui concerne les produits nouveaux, le décret du 29 février 1940 comble aussi une lacune : désormais « le prix des articles ou produits créés après le 1^{er} septembre 1939 ne pourra être supérieur au prix des articles ou produits de composition ou de fabrication similaires existant antérieurement au 1^{er} septembre 1939. »

Ainsi les produits et articles nouveaux n'échappent plus au contrôle ni à l'interdiction de majoration; ils sont ou taxés par comparaison avec les produits similaires antérieurs à la guerre, ou susceptibles d'être majorés, mais seulement après autorisation accordée sur des justifications déterminantes dues à la nature ou à la qualité du produit nouveau.

En pratique, cette réglementation visait à empêcher une poussée rapide des prix; il faut toutefois reconnaître qu'elle n'a pas entièrement atteint son but. Les bons produits en ont été en quelque sorte les innocentes victimes. Les articles de marque sont actuellement vendus meilleur marché que les produits qu'on veut leur substituer. Nous ne citerons comme exemple que le cas des champagnes et des apéritifs de marques.

L'alinéa 2 de l'art. premier du décret du 9 septembre 1939 prévoit aussi le cas des entreprises créées après le 1^{er} septembre 1939 :

« Les entreprises de production, vente ou commission établies postérieurement au 1^{er} septembre 1939 ne pourront pratiquer des prix ou tarifs supérieurs à ceux des entreprises similaires soumises aux dispositions précédentes. »

Enfin, l'alinéa 3 du même article autorise des majorations de prix dans certains cas :

« Toutefois, pourront exceptionnellement faire l'objet d'autorisations préalables du Comité national ou des comités départementaux de surveillance des prix, les majorations qui seraient justifiées par les conditions de fait d'exploitation des entreprises ou des fluctuations de cours des matières premières. »

Pour faciliter la tâche des comités départementaux, un décret du 26 octobre 1939 (J. O. 27 octobre 1939) institue auprès de ces comités, des comités de contrôle des prix, destinés à participer à la surveillance des prix de gros, demi-gros et détail.

Malgré la réglementation, les prix restent mouvants et les commerçants risquent un moment donné de ne plus voir clair dans les nombreuses majorations qui ont pu être accordées. De plus, la pratique montre les imperfections des bases choisies.

Un nouveau décret-loi du 9 avril 1940 vient interdire, à dater du 1^{er} mai 1940, toute majoration de prix. Des dérogations exceptionnelles pourront être accordées « lorsque la majoration du prix de revient résultera de la hausse du prix des produits et matières importées et dépassera un pourcentage minimum qui sera déterminé suivant le cas par le Comité national de surveillance des prix ou par le Comité interministériel des prix saisi par le ministre responsable. »

De plus, un décret du 9 avril 1940 également permet à quiconque constate une infraction à la réglementation des prix d'adresser une réclamation au sous-préfet ou au préfet.

Ici ce n'est plus seulement une immixtion de l'Etat dans le commerce, c'est la nation tout entière que l'on invite au contrôle de l'économie nationale.

Une loi du 13 août 1940 (J. O. 3 septembre 1940) est venue proroger jusqu'à une date qui sera fixée ultérieurement le délai de trois mois prévu à l'art. premier du décret-loi du 9 avril 1940 et pendant lequel toute majoration était interdite.

C'est pour permettre un contrôle effectif des prix pratiqués à la date du 1^{er} mai 1940 qu'un décret-loi du 3 mai 1940 oblige les commerçants de gros,

demi-gros et détail à établir un relevé général des prix effectivement pratiqués par eux à la date du 1^{er} mai 1940.

Ces différents textes concernant la législation des prix créaient de nombreuses confusions : les commerçants, en présence de prescriptions aussi diverses, n'avaient jamais la certitude d'être en règle. On comprit le besoin d'une codification. Ce fut l'objet de la loi du 21 octobre 1940 modifiant, complétant et codifiant la législation sur les prix (J. O. 10 nov. 1940, rectificatifs J. O. 23 nov. et 3 déc.).

Nous nous en tiendrons à un court résumé qui nous indiquera les grandes lignes de la réglementation des prix. Nous montrerons mieux ainsi les procédés de contrôle et de direction de l'Etat sur le régime des prix à l'heure présente.

L'article premier a rapport à la fixation des prix : « Les décisions relatives aux prix de tous produits et services ont la forme :

1° d'arrêtés interministériels du ministre secrétaire d'Etat aux Finances et du ministre ou du secrétaire d'Etat responsable pour les produits figurant à l'annexe A de la présente loi;

2° D'arrêtés du ministre secrétaire d'Etat aux Finances pour tous les autres produits ou services;

3° D'arrêtés des préfets pour les prix des produits et denrées agricoles vendus dans leur département sur les marchés locaux et dans les magasins de commerce.

Les présentes dispositions ne modifient en rien le statut du blé, du sucre et du vin. Elles ne sont pas applicables aux tarifs de la S. N. C. F.

Signalons qu'à la suite de la loi du 27 juin 1941 instituant les comités régionaux des prix, et à celle du 19 avril 1941 instituant les préfets régionaux (J. O. 22 avril 1941), une autre loi du 27 juin 1941 (J. O. du 30 juin 1941) attribue au préfet régional les attributions prévues par l'article premier (3°) de la loi du 21 octobre 1940.

L'art. 2 dispose que : « Les arrêtés visés aux alinéas premier et 2 de l'article premier fixent les prix ou prix limites à la production et à tous les stades de la distribution, ainsi que pour les produits et denrées agricoles, les limites dans lesquelles les préfets peuvent fixer les prix de vente en gros, demi-gros et au détail à partir des prix à la production, dans la forme prévue à l'alinéa 3 de l'article premier et aux conditions visées à l'article 3. »

« Lorsqu'un produit est taxé nationalement, le préfet peut utilement intervenir et fixer des prix de détail dans la limite des prix nationaux. Parfois cette intervention est expressément prévue, notamment pour quelques denrées d'épicerie, par exemple :

— prix de vente au détail des pâtes alimentaires (arrêté du 24 décembre 1940),

— prix de vente au détail de la chicorée (arrêté du 18 février 1941). » (1)

L'article 3 indique les conditions dans lesquelles doivent être pris les arrêtés ministériels et préfectoraux. En ce qui concerne les prix, l'article 15, qui se trouve immédiatement sous le titre bien significatif « Du blocage des prix », indique que « sont et demeurent fixés au niveau qu'ils avaient atteint au 1^{er} septembre 1939, les prix de tous les produits et services. »

Toutefois, les autorisations de majorations régulièrement accordées depuis le 1^{er} septembre 1939 restent valables.

Reprenant la formule de la loi du 13 août 1940, l'art. 16 interdit toute majoration de prix jusqu'à une date qui sera fixée ultérieurement.

Les majorations illicites indirectes, déjà prohibées par le décret-loi du 29 février 1940, sont énumérées à nouveau par l'article 17 de la nouvelle loi.

L'article 38 de la loi du 21 octobre 1940 prévoit des nouveaux cas de hausses illicites.

« Est également considéré comme hausse illicite de prix, le fait par tout commerçant, industriel ou artisan :

1^o de conserver les produits, matières ou denrées destinés à la vente en refusant de satisfaire, dans la mesure de ses disponibilités, aux demandes de sa clientèle, dès lors que ces demandes ne présentent aucun caractère anormal;

2^o de subordonner la vente d'un produit, d'une denrée quelconque soit à l'achat concomitant par le client d'autres matières, produits ou denrées, soit à l'achat par le client d'une quantité imposée;

C'est ce qu'on appelle la « vente conditionnée », dont un quotidien de Paris citait le cas typique suivant :

(1) Moreau-Neret, Le contrôle des prix en France, page 110.

« Le bois ne se vend pas; le navet non plus. Pas pour les mêmes raisons : le premier fait défaut, le second est trop abondant. Ce qui prouve que deux situations opposées peuvent provoquer le même résultat.

Entre bois et navet il n'y a, en principe, aucun rapport. Un commerçant de la rive gauche vient cependant de l'établir.

Certains de ses emballages ne valant pas la peine d'être retournés à leur expéditeur, il les met en vente à un franc le kilo. Bravo ! excellente idée. Mais à condition que l'acheteur le débarrasse en même temps d'un kilo de navets.

Nous entrons ainsi de plain-pied dans le maquis de la vente conditionnée. Strictement interdite, chacun le sait, même quand elle témoigne d'autant de fantaisie. »

3° de limiter la vente de certains produits, matières ou denrées à certaines heures de la journée, alors que les entreprises ou les magasins intéressés restent ouverts pour la vente des autres marchandises, sous réserve toutefois que la vente de ces produits, matières ou denrées ne soit pas soumise à une réglementation spéciale. »

En réalité, ces infractions ne sont pas des hausses illicites : ce sont des procédés considérés comme frauduleux et qui apparaissent davantage comme des infractions à la réglementation du ravitaillement que comme des infractions à la réglementation des prix.

Comme le législateur n'a prévu, dans le livre III de la loi de codification, qu'un seul régime de peines, ces infractions seront constatées, poursuivies et jugées selon les règles établies pour le délit de majoration illicite.

Pour constater les infractions, les agents du service du contrôle des prix ont évidemment accès dans les magasins aux heures d'ouverture, tout comme les clients; ils peuvent ainsi exercer facilement leur contrôle. Ils peuvent aussi « exiger la communication des documents de toute nature propres à faciliter l'accomplissement de leur mission (comptabilité, factures, copies de lettres, carnets de chèques, traites, etc.). »

Mais la loi leur donne en outre des pouvoirs exceptionnels (art. 41, alinéa 3).

« Pour l'application des dispositions de l'article 38, ils ont libre accès dans les magasins, arrière-magasins, annexes, dépôts, etc., sans que la présence d'un officier de police judiciaire soit nécessaire. »

On remarquera toutefois que cette énumération ne concerne que les locaux commerciaux et exclut par là même les locaux d'habitation. On a voulu, par cette possibilité, permettre aux contrôleurs de confondre immédiatement le commerçant qui prétend refuser ou ne pas avoir en quantité suffisante les marchandises qu'on lui demande.

Les sanctions prévues par la loi sont très graves, puisqu'elles prévoient une amende de 16 à 100.000 francs et un emprisonnement de 2 mois à 2 ans (art. 62).

Les articles 40, 55, 56 et 57 prévoient également d'autres sanctions qui sont la saisie des marchandises, la fermeture provisoire du fonds de commerce, l'interdiction provisoire d'exercer la profession et la publicité susceptible d'être donnée à ces dernières interdictions.

Enfin, cette loi du 21 octobre 1940 étant une loi de codification de la réglementation des prix, il est très normal que l'art. 79 abroge de nombreux textes qui régissaient auparavant cette question.

Mais si ces textes sont formellement abrogés, les dispositions contenues dans beaucoup d'entre eux sont reprises par la nouvelle loi : la législation sur la taxation, sur la hausse illicite, sur le contrôle des prix demeure sensiblement la même. Au lieu d'une réglementation temporaire qu'il fallait à chaque instant proroger, il existe maintenant un régime normal. Nous avons vu, en effet, que le décret du 9 septembre 1939 n'était prévu que pour la durée des hostilités. Cette formule n'a pas reparu dans la loi du 21 octobre 1940.

Les principes de base étant restés les mêmes, la jurisprudence antérieure à la loi nouvelle conserve tout son poids et les mêmes attendus se retrouvent dans la Jurisprudence actuelle.

Nous avons vu dans quelles conditions, en vertu du décret du 1^{er} septembre 1939, les préfets avaient pouvoir de taxer les produits agricoles et les denrées alimentaires pour la vente en demi-gros et en détail.

Lorsqu'on se trouve dans ce cas, il n'est point besoin de rechercher si le prix de vente actuel est supérieur à celui pratiqué le 1^{er} septembre 1939 (D. L. 9 sept. 1939). La simple constatation qu'il dépasse le prix de taxation fixé par le préfet suffit à caractériser la hausse illicite. Il a été jugé que : « ...Lorsqu'un

commerçant vend un produit à un cours supérieur à celui fixé par un arrêté préfectoral de taxation, il commet, sans qu'il y ait lieu de s'attarder à d'autres considérations, le délit de hausse illicite.

Cet arrêt de taxation constitue, en effet, une limite des majorations autorisées.

Les arrêtés de taxation des préfets ne sont assujettis à aucune mesure de publicité. Ils s'appliquent obligatoirement dans le département du préfet qui les a édictés et dans ce département seul. »

(Montpellier Ch. corr. 24 avril 1941). Ministère public c/ Mas et Société « l'Epargne », J. C. P. 1668, n° du 15 juin 1941.

Nous ne nous attarderons pas à l'étude de la Jurisprudence; nous nous contenterons de signaler quelques décisions récentes qui montrent que les tribunaux appliquent la loi avec beaucoup de fermeté.

Des arrêts de la Chambre criminelle de la Cour de Cassation des 22 avril, 14 mai, 20 mai 1941 nous montrent que :

« 1° l'interdiction de majoration édictée par le décret du 9 septembre 1939 est générale : elle vise tous les tarifs appliqués dans les entreprises artisanales, industrielles et commerciales, et il n'est pas nécessaire qu'il ait existé à la date du 1^{er} septembre 1939, pour le service considéré, un tarif officiel (*première espèce*).

2° lorsqu'un commerçant vend sans autorisation préalable un produit à un cours supérieur à celui qu'il pratiquait le 1^{er} septembre 1939, il commet le délit de hausse illicite sans qu'il y ait lieu de se préoccuper ni des hausses qui ont pu lui être imposées par son fournisseur, ni de ce que celui-ci ait lui-même ou n'ait pas été poursuivi pour hausse illicite (*deuxième espèce*),

...ni du bénéfice réalisé (*troisième espèce*). »

La Cour de Cassation ne s'attache donc pas à la notion de bénéfice, comme élément constitutif de l'infraction; elle condamne par là même le système dit des « marges bénéficiaires ». Il en est de même pour « les majorations en valeur absolue », système qui consiste pour un commerçant à augmenter son prix de vente de la hausse qui lui fait subir son fournisseur.

La Cour s'en tient formellement à la loi « qui interdit au commerçant d'une

manière absolue et sans réserve de majorer sans autorisation ». (Arrêt du 27 mai 1941, ministère public c/ dame Campy.)

(Référence : J. C. P. 1.691, n° 27 juillet 1941.)

La loi du 21 octobre 1940 laissait planer un doute en ce qui concerne la saisie des marchandises en cas de hausse illicite. En quoi consiste exactement cette saisie ? S'applique-t-elle à toutes les marchandises se trouvant dans le commerce, ou seulement à celles sur lesquelles porte la hausse ?

Un jugement du Tribunal correctionnel de la Seine du 17 juin 1941 et un arrêt de la 10^e Chambre correctionnelle de Paris du 16 septembre 1941 fixent la portée de l'article 68 de la loi du 21 octobre 1940 spécifiant que « le Tribunal ordonne, en cas de condamnation, la confiscation au profit de l'Etat des marchandises saisies ».

Or, cette même loi donne pouvoir aux agents du service du contrôle des prix qui constatent une majoration illicite, de saisir tout ou partie des marchandises existant dans les magasins, usines ou ateliers, ou les marchandises faisant l'objet du commerce; ils doivent en dresser procès-verbal (art. 40).

Les deux décisions ci-dessus mentionnées considèrent que la confiscation est une peine judiciaire et non une sanction administrative; elle est prononcée par le Tribunal et doit être limitée aux marchandises qui ont fait l'objet d'une vente ou d'une offre de vente à un prix illicite, sans pouvoir s'étendre à toutes les marchandises saisies par les agents du contrôle.

(Juris-classeur P. 1.739, n° du 9 nov. 1941.)

Si nous voulons résumer le système de réglementation des prix après la loi du 21 octobre 1940, nous devons examiner différents cas :

Premier cas. — Pour certaines marchandises, denrées ou produits, aucune hausse sur les prix pratiqués au 1^{er} septembre 1939 n'est autorisée. Ce cas se rencontre rarement à l'heure actuelle, mais quand il en est ainsi, toute majoration de prix, quelle qu'en soit la cause, constitue une infraction.

Deuxième cas. — Des arrêtés ministériels et préfectoraux ont taxé certains produits : le prix de taxe est généralement supérieur au prix pratiqué au 1^{er} septembre 1939 et constitue le prix maximum que les commerçants peuvent demander.

Troisième cas. — Une décision du Comité national de surveillance des prix, en date du 3 novembre 1939, a autorisé les commerçants à incorporer dans leurs prix les hausses pratiquées par leurs fournisseurs en vertu d'autorisations régulières de majoration de prix. Mais, dans ce cas, l'Administration n'autorisait l'augmentation de prix qu'en maintenant le principe que la marge de bénéfices, résultant du nouveau prix, devait être *la même en valeur absolue* que celle existant au 1^{er} septembre 1939.

On conçoit dans ce dernier cas les difficultés éprouvées par les commerçants pour déterminer et maintenir leurs prix. Si nous envisageons un article acheté 10 fr. et revendu 15 fr. le 1^{er} septembre 1939, le bénéfice était alors de 5 fr. Si le commerçant achetait par la suite ce même article 100 fr., il n'avait le droit de le vendre que $100 + 5 = 105$ fr. Le bénéfice était à ce moment dérisoire.

Pour remédier à cet état de choses, le ministre des Finances, dans une circulaire du 3 janvier 1941, reconnaissait que les hausses en valeur absolue ne suffisaient plus et demandaient leur concours et leur avis sur la question aux comités d'organisation professionnelle et aux chambres syndicales.

A la suite d'une étude approfondie sur la base des propositions faites par ces organismes professionnels, un arrêté du 20 mai 1941 (J. O. 25 mai 1941) apporte dans l'application des prix une simplification importante.

Les articles 1 et 2 déterminent par rapport au grossiste et au détaillant ce qu'il faut entendre par « marge de marque brute » : c'est la différence entre le prix de vente et le prix d'achat majoré le cas échéant de certains frais.

L'article 3 détermine les marges limites de marque brute : elles « sont déterminées pour chaque article par l'application aux prix de vente des taux limites de marques fixés par arrêtés du secrétaire d'Etat à l'Economie nationale et aux Finances et du secrétaire d'Etat intéressé, s'il y a lieu. »

La seule dérogation à cette limite est fixée par l'article 4 : « Toutefois, lorsque la marge limite de marque brute est pour un article déterminé, en vente au 1^{er} septembre 1939, *inférieure au montant en valeur absolue de la marge appliquée à cet article au 1^{er} septembre 1939*, le commerçant grossiste ou détaillant est autorisé à appliquer à cet article, comme marge de marque brute, le montant en valeur absolue de la marge au 1^{er} septembre 1939. »

Un arrêté du 5 juillet 1941 (J. O. 7 juillet) ajoute deux alinéas à l'article 4 ci-dessus :

« A l'inverse, lorsque pour un article déterminé, le taux de marque brute appliqué par le commerçant grossiste ou détaillant au 1^{er} septembre 1939 était inférieur au taux limite de marque brute fixé par l'arrêté prévu à l'article 3, le commerçant grossiste ou détaillant ne peut appliquer à cet article un taux de marque supérieur au taux de marque pratiqué au 1^{er} septembre 1939.

En ce qui concerne les articles qui n'étaient pas en vente au 1^{er} septembre 1939, il est tenu compte comme élément de comparaison, pour l'application des dispositions de l'alinéa 2 précédent, du taux de marque pratiqué au 1^{er} septembre 1939 pour les articles de même catégorie. »

Des arrêtés spéciaux, fixant un taux de marque pour chaque profession, seront publiés au Bulletin officiel des prix.

Signalons cependant que le taux de marque n'est pas identique pour tous les produits vendus dans un même commerce. L'idée directrice du Comité central des prix a été de proportionner la marge à l'utilité sociale du produit. Dans l'Epicerie, par exemple, les taux de marque sont très différents selon les denrées. Alors qu'ils sont respectivement fixés par l'arrêté n° 452 du 3 juin 1941, à 5 o/o et 7 o/o pour le sucre mécanique et le sucre cristallisé, ils sont de :

19 o/o pour le café, le thé,

20 o/o pour les conserves de légumes, de poissons et de viande,

21 o/o pour le vinaigre.

Ainsi cet arrêté du 20 mai 1941 substitue au principe du maintien en valeur absolue de la marge de bénéfices telle qu'elle existait au 1^{er} septembre 1939, le principe de la marge de bénéfice proportionnel au prix de vente.

Un exemple fera mieux comprendre ce qu'est le « taux de marque » : c'est le rapport entre le bénéfice et le prix de vente. Si le prix d'achat est de 100 fr., le prix de vente de 150 fr., le bénéfice est de 50 fr. Le « taux de marque » est de $50 = 1/3$, soit 33,33 o/o.

150

Signalons une incidence curieuse de ce principe de taxation : c'est la disparition, dans de nombreux cas, du droit pour une « Marque » de fixer des prix imposés. Nous avons vu dans la première partie de notre étude que la Jurisprudence sanctionnait ce droit.

Actuellement, la vente à prix imposé n'est pas toujours possible. Soit un produit A dont le prix d'achat par le détaillant était en 1939 de 30 fr. et le prix de vente imposé de 45 fr.

Supposons que ce même produit coûte aujourd'hui à l'achat 50 fr. et que le « taux de marque » autorisé soit de 33 0/0. Si le fabricant veut imposer un prix de vente, il pourra donc le fixer au maximum à 75 fr.

Mais il ne pourra faire respecter ce prix imposé de 75 fr., car cela n'est possible que pour les quantités qu'il peut livrer maintenant. Tant que les détaillants auront en stock des marchandises achetées antérieurement au prix de 30 fr., la loi leur interdit formellement de vendre à 75 fr., car ce prix leur laisse une marge de bénéfice bien supérieure à celle résultant du taux de marque autorisé.

Une autre remarque inspirée de l'exemple ci-dessus montre un aspect illogique de la nouvelle réglementation. Le commerçant détenteur de stocks de produits A achetés en 1939 se verra dans l'obligation de les vendre au prix de 45 fr., mais quand il voudra reconstituer son stock, il lui faudra payer 50 fr. pour obtenir les mêmes produits. Le résultat de l'opération n'est guère fait pour l'encourager à la vente; la réglementation apparaît peu conforme aux procédés du commerce. Comme l'indique M. Baudin (1), « le calcul du prix de vente doit se faire d'après le prix de remplacement des marchandises, et non d'après le prix de revient ».

Il ressort de l'examen de la réglementation des prix que le gouvernement, en admettant le principe de marge de bénéfice proportionnel au prix de vente, a amélioré la législation antérieure qui maintenait la marge « en valeur absolue ». Il a ainsi fait preuve d'une certaine compréhension commerciale, qui doit nous permettre de compter sur de nouvelles améliorations : pour certaines denrées, toutefois, il n'y a ni marge en valeur absolue, ni taux de marque. Le prix de vente au consommateur est fixé par arrêtés : il en est ainsi pour la chicorée, le chocolat, l'huile d'arachide, les pâtes alimentaires.

Mais ce que nous retiendrons surtout de cette législation, c'est le principe qui s'en dégage. L'Etat intervient de plus en plus dans un domaine autrefois régi par la loi de l'offre et de la demande et les intuitions individuelles, celui

(1) Baudin, « Le Corporatisme », page 32.

de la formation des prix. Des lois qui, au début de la guerre, étaient temporaires, telle la loi sur la hausse des prix, sont modifiées et font alors partie du Droit nouveau qui sacrifie délibérément l'intérêt particulier à l'intérêt général. L'individu isolé ne compte plus, seul le groupe a du pouvoir.

Que nous réserve l'avenir ?

Les arguments de M. Truchy (1), envisageant la guerre de 1914, se vérifieront sans doute encore pour la guerre de 1939 :

« La guerre a été un champ d'expérience où beaucoup des principes enseignés par l'économie politique ont trouvé une éclatante confirmation. Les économistes... enseignaient que, lorsque les denrées sont rares et chères, ce n'est pas de les taxer qui ramène l'abondance et le bon marché; il a bien fallu en convenir malgré les préjugés les plus tenaces...

Tout compte fait, on trouverait que les expériences de la guerre ont apporté plus de confirmations que de démentis aux doctrines des économistes. »

SECTION III

La création de nouveaux commerces

L'intervention de l'Etat ne s'est pas bornée à une stricte réglementation des prix. Nous aurons l'occasion d'examiner les « poussées » d'étatisme dues à la guerre de 1939. Les premiers motifs ont, certes, souvent été inspirés par les circonstances, mais par la suite l'Etat en a profité pour se réserver la direction des activités dans lesquelles il était intervenu.

Il trouvait des motifs d'intervention dans les lois du 11 juillet 1938 et du 19 mars 1939.

La guerre de 1939 fut cause d'une mobilisation générale qui se fit rapidement; il en résulta de graves perturbations dans le commerce et l'industrie. Le gouvernement dut songer à défendre les intérêts des mobilisés, dont certains quittèrent du jour au lendemain leur affaire commerciale.

(1) Truchy, op. cité, préface page XV.

C'est dans ce but que fut pris le décret du 9 septembre 1939 (J. O. 10 sept. 1939, page 11487), concernant la création ou l'extension des établissements commerciaux, industriels ou artisanaux. Le rapport qui précède le décret en indique les motifs :

« Il semble opportun de prendre d'urgence les mesures nécessaires pour protéger les commerçants mobilisés contre la concurrence d'établissements qui viendraient à se créer ou profiteraient des circonstances actuelles pour étendre leur activité. Toutefois, il conviendrait que les autorités responsables puissent assurer le ravitaillement du pays et sa vie économique en autorisant, en cas de besoin, l'ouverture ou l'extension de tels établissements. »

Quant au décret lui-même, il fixe comme suit la nouvelle réglementation de création ou d'extension des établissements commerciaux, industriels ou artisanaux :

Art. premier. — « Jusqu'à une date qui sera fixée par décret et sans préjudice de l'application des lois et règlements concernant l'exercice de certaines professions, ainsi que l'exercice par les étrangers de professions commerciales, industrielles ou artisanales, la création ou l'extension de tout commerce, ou de toute industrie, ou de tout établissement artisanal, est subordonnée à une autorisation du préfet du département dans lequel la création est envisagée ou dans lequel est situé l'établissement dont l'extension est demandée.

Cette autorisation est accordée après avis de la Chambre de commerce dans la circonscription de laquelle est ou doit être exploité l'établissement.

Un recours est prévu contre la décision préfectorale : il s'exerce dans un délai de quinze jours, devant le ministre du Commerce. »

Ce décret est très important et modifie complètement la législation antérieure. C'est une grave entorse au principe de la liberté du commerce et de l'industrie de 1791 qui permettait à chacun de s'établir où et quand il voulait.

Des décisions récentes considèrent qu'il y a « extension » de commerce au sens du décret, si le commerçant entreprend l'exploitation d'une branche de commerce qu'il n'exploitait pas à la date du décret. N'ayant pas réellement exploité cette branche, il n'avait pas un droit acquis à pratiquer ce commerce, car il se trouvait dans une situation semblable à celle d'un individu quelconque qui avait toute liberté, avant le décret du 9 septembre 1939, pour exercer tel commerce qu'il lui aurait plu.

« Le commerçant qui étend son commerce sans autorisation commet le délit prévu par le décret même si l'acte d'acquisition de fonds, antérieur à 1939, mentionnait l'exploitation de cette branche, alors que ne l'ayant pas lui-même exploitée, il n'avait aucun droit acquis à la date du décret du 9 septembre 1939 et alors que, en outre, il n'était pas inscrit au registre du commerce pour cette exploitation. »

(Trib. corr. Seine, 11^e Ch., 27 sept. 1940, deux jugements, Gaz. Palais 1940-2-117.)

Il s'agissait dans la première affaire (affaire Chatelain) d'un tripier de Paris. On constata, le 26 juillet 1940, qu'il vendait aussi de la viande de boucherie, d'où contravention au décret-loi du 9 septembre 1939. Le prévenu demande sa relaxe en disant qu'il a acquis, le 23 septembre 1921, le fonds de commerce de boucherie-triperie du sieur Le Bras qui, par arrêté préfectoral du 22 juin 1921, avait obtenu l'autorisation d'exercer la profession de boucher, et il soutient qu'il est devenu bénéficiaire de la dite autorisation en achetant le fonds.

Le Tribunal n'admet pas cette façon de voir :

« Attendu que cette thèse ne saurait être accueillie, qu'en effet Chatelain reconnaît qu'il n'a pas exploité le commerce de boucherie antérieurement au mois de juin 1940; que dès lors, en ce qui concerne ce commerce, on ne se trouve pas, au sens du décret-loi précité, en présence de droits acquis à son profit lors de la publication dudit décret; qu'en outre il ne justifie pas qu'il était inscrit au registre du commerce lors de la réglementation nouvelle au titre de boucher. »

Dans ces conditions, le Tribunal décide que Chatelain a, postérieurement au 9 septembre 1939, étendu son commerce de triperie sans autorisation préalable; qu'il a ainsi contrevenu aux dispositions de l'article premier du décret-loi du 9 septembre 1939, réglementant la création ou l'extension des établissements commerciaux, industriels ou artisanaux.

La deuxième affaire était identique : il s'agissait d'une personne qui avait acquis en 1922 un fonds de commerce de fruiterie, légumes et friture, mais n'avait exploité antérieurement au mois de mai 1940 que la branche « friture ». Le Tribunal a estimé qu'en exploitant après le 9 septembre 1939 le commerce de légumes, elle avait étendu sans autorisation préalable son commerce de friture et, par là, contrevenu au décret-loi du 9 septembre 1939.

Le décret du 9 septembre 1939 a été complété par un arrêté du 22 avril 1940 (J. O. 23 avril, page 2956), qui assimile le transfert d'un établissement commercial à une création (art. premier).

« Le transfert d'un établissement commercial, industriel ou artisanal doit être considéré comme une création dans le nouveau cadre local et, à ce titre, il est soumis à l'autorisation préfectorale dans les conditions requises par l'article premier du décret du 9 septembre 1939. »

De l'ensemble des deux textes, il résulte que le principe de liberté n'existe plus; pour créer ou transférer un commerce quel qu'il soit, il faut obtenir une autorisation.

Certains commerces étaient déjà soumis à une réglementation en ce qui concernait leur création ou leur transfert. Nous avons vu dans notre première partie que c'était le cas des débits de boissons, des magasins de chaussures, des magasins à prix unique. Maintenant la loi est la même pour tous : toute création, toute extension, tout transfert sont soumis à l'autorisation préfectorale.

L'intervention de l'Etat a été brutale et complète. D'autre part, l'Administration apporte beaucoup de rigueur dans l'application de ces textes et déjà des litiges ont dû être solutionnés par les tribunaux. Fort heureusement, la Jurisprudence, gardienne de nos libertés, marque une résistance certaine à ces errements. Ainsi, dans un cas récent, le Tribunal a estimé qu'il n'y avait pas transfert de fonds de commerce, au sens de l'arrêté du 22 avril 1940, pour un transfert de fonds qui avait eu lieu dans la ville même :

« Attendu, en effet, que les dits textes (décret-loi du 9 septembre 1939 et arrêté du 22 avril 1940) visent manifestement le transfert d'un fonds d'une ville dans une autre, mais non son déplacement dans l'intérieur d'une même ville, étant donné que le législateur soumet à autorisation le transfert dans un cadre local nouveau, ce qui implique un changement de localité : que ce faisant, il prévoyait et voulait éviter l'afflux de commerces repliés d'une région dans une autre, au risque de créer dans cette dernière de fâcheuses perturbations économiques. »

(Trib. corr. Toulouse, 3 novembre 1941, J.C.P. 1752, n° du 7 déc. 1941.)

On retrouve des considérants inspirés du même esprit dans les décisions du 10 septembre 1941 (Aix-en-Provence, 5° Ch.) et du 24 janvier 1941 (Lyon, 4° Ch.) (J.C.P. 1738, n° du 9 novembre 1941).

La Jurisprudence considère que la liberté d'établissement reste la règle et que, sauf pour les cas formellement indiqués, l'autorisation préfectorale n'est pas nécessaire.

Dans la pratique, cependant, l'Administration assimile tout transfert à une création et le soumet, dans tous les cas, à la nécessité d'une autorisation préfectorale.

Le décret du 9 septembre 1939, qui pose le principe de la nécessité de cette autorisation, prévoyait comme sanction une amende de 500 à 5.000 francs pouvant être portée au double en cas de récidive, avec possibilité pour le juge d'ordonner la fermeture de l'établissement ou son rétablissement dans l'état antérieur.

La loi du 17 juillet 1941 (J. O. 31 juillet) aggrave considérablement le régime des sanctions, afin d'assurer une exécution plus rigoureuse des prescriptions légales.

Désormais, toute infraction aux dispositions du décret du 9 septembre 1939 est passible d'une amende de 500 à 5.000 francs et d'un emprisonnement de deux mois à un an.

« Le jugement peut ordonner la confiscation des objets mobiliers garnissant les lieux où s'exerce le commerce clandestin, ainsi que des instruments, ustensiles et véhicules servant à l'exploitation. »

Outre la fermeture de l'établissement ou son rétablissement dans l'état antérieur, le Tribunal peut prononcer contre le délinquant l'interdiction temporaire ou définitive d'exercer tout commerce ou d'être employé, à quelque titre que ce soit, dans l'établissement qu'il exploitait.

Vu la rigueur des sanctions, il y a tout lieu de penser que l'Etat attache une grande importance à ce qu'il ne se crée pas de nouveaux commerces sans son autorisation. Remarquons toutefois que les sanctions envisagées ne s'appliquent pas automatiquement dès que l'infraction est constatée : certaines d'entre elles sont pour le juge une question d'opportunité.

Nous voyons ainsi disparaître peu à peu les libertés dont jouissaient les commerçants, les industriels et les artisans. Les prix réglementés, la création de commerce soumise à une autorisation, voilà les signes qui, dans ce domaine, témoignent de la mainmise de l'Etat sur d'anciennes libertés individuelles.

SECTION IV

Réglementations exceptionnelles de la période de guerre

Bien qu'élaborées pendant la période de guerre, nous avons vu, dans les sections précédentes, que les réglementations, telles que la taxation de prix et la création de nouveaux commerces, nous apparaissaient autant être des conséquences de la nouvelle orientation économique de l'Etat que de simples mesures de circonstances. Nous pensons que ces interventions dans le domaine commercial sont les premières manifestations d'une nouvelle conception des rapports qui doivent exister entre les individus et l'Etat.

L'entière liberté théorique de 1791 sera remplacée par une liberté disciplinée: le proverbe « Charbonnier est maître chez lui » ne sera bientôt plus que le souvenir d'anciennes libertés.

Mais en dehors de ces réglementations du temps de guerre, qui semblent devoir survivre à cette époque, nous devons étudier aussi d'autres réglementations qui, elles, sont temporaires et doivent normalement disparaître avec les circonstances pénibles que nous traversons.

Il s'agit des nombreuses dispositions législatives et réglementaires que le gouvernement a dû prendre pour assurer le ravitaillement de la population. Vu la pénurie de denrées alimentaires, il a été nécessaire, d'une part, de rationner les consommateurs, d'autre part d'organiser au mieux la distribution par les commerçants des marchandises, produits et denrées existants. Tel a été le but des cartes d'alimentation et des nombreuses réglementations concernant les magasins d'alimentation dont nous nous contenterons d'ailleurs de faire une étude rapide.

1° Les mesures de rationnement

Les difficultés dues à la guerre obligent rapidement les pays en lutte à prendre des mesures imposées par les circonstances. La période de guerre représente une période pendant laquelle l'activité économique d'un pays est bouleversée : la consommation reste sensiblement la même, mais la production, par suite des besoins de la défense nationale, subit de nombreux changements. Les hommes sont mobilisés et même, dans les guerres modernes, ils ne sont pas les seuls; c'est la Nation tout entière qui doit être mise sur le pied de guerre.

De plus, les communications, qu'elles soient terrestres, aériennes ou maritimes, ne peuvent avoir la régularité du temps de paix et sont souvent dangereuses.

On comprend, dans de telles conditions, qu'il soit nécessaire de songer à l'avenir et de prendre toutes précautions utiles pour assurer à chacun un minimum de nourriture.

La guerre de 1939 devait être pour la France la cause de nombreuses mesures de rationnement de denrées et produits alimentaires.

Un décret du 29 février 1940 (J. O. 1^{er} mars 1940) relatif au recensement de la population et la distribution des cartes de rationnement, modifié par un décret du 9 mars 1940 (J. O. 10 mars 1940) indique dans son article premier que :

« Les restrictions de consommation de certaines catégories de denrées, objets ou produits, seront établies par décret. »

Il précise ensuite que chaque consommateur devra faire une déclaration et qu'« une carte nominative et intransmissible sera délivrée à chaque déclarant ».

Un autre arrêté du 9 mars 1940 fixe la date et les conditions d'établissement des cartes de rationnement. L'article premier fixe au 3 avril 1940 la date à laquelle sera effectuée la déclaration que doivent faire, sauf quelques exceptions, « tous les consommateurs français ou étrangers résidant sur le territoire de la France métropolitaine ».

Mais les besoins varient suivant les individus : un homme ne peut pas se contenter de la même quantité de nourriture qu'un enfant. Il faut donc sérier les individus. On se heurte alors à des difficultés matérielles. Les circonstances permettent difficilement de considérer trop de situations particulières. Il est nécessaire de se limiter à quelques catégories.

Dans le titre II, article 8, le décret précité indique que « les consommateurs sont répartis d'après leurs besoins en catégories ».

Catégorie E : enfants des deux sexes de moins de 3 ans.

Catégorie J : enfants des deux sexes de 3 à 12 ans.

Catégorie A : consommateurs des deux sexes de 12 à 70 ans ne se livrant pas à des travaux de force.

Catégorie T : consommateurs des deux sexes de 12 à 70 ans se livrant à un travail pénible nécessitant une grande dépense de force musculaire.

Catégorie C : consommateurs des deux sexes de 12 ans et sans limite d'âge se livrant à certains travaux énumérés à l'article, en principe travaux agricoles.

Catégorie V : consommateurs des deux sexes de plus de 70 ans dont les occupations ne peuvent autoriser le classement dans la catégorie C.

Une liste annexée au décret indique les industries, métiers et professions motivant le classement dans la catégorie T.

Chaque consommateur se trouve ainsi classé dans une de ces catégories et reçoit une carte d'alimentation nominative. Cette carte est munie de coupons et de tickets représentant des quantités de denrées différentes selon les catégories et nécessaires pour l'achat des produits rationnés.

Un décret du 17 septembre 1940 (J. O. 19 sept. 1940) relatif au rationnement de certaines denrées, précise dans son article premier que :

« A partir du 23 sept. 1940, les consommateurs ne pourront s'approvisionner :

- 1° en pain ou farine;
- 2° en sucre;
- 3° en café;
- 4° en pâtes alimentaires et semoules;
- 5° riz;
- 6° fromage;
- 7° matières grasses (graisses végétales, huiles végétales, beurre, margarine, saindoux);
- 8° viande de bœuf, de mouton, de veau, de porc, en produits de charcuterie et conserves composées exclusivement de viande;
- 9° en savon,

que sur présentation de coupons ou de tickets de consommation dont chacun sera détaché par le détaillant en échange de la ration mensuelle, hebdomadaire ou journalière afférente à la denrée correspondante. »

Ces réglementations sont sévères, mais sont nécessitées par les nombreuses difficultés d'approvisionnement qu'il nous faut vaincre. Pour éviter, autant que possible, les fraudes, une loi du 17 septembre 1940 (J. O. 19 sept. 1940) établit des sanctions relatives aux infractions commises en matière de cartes

d'alimentation : emprisonnement de 6 jours à 2 mois, amende de 16 à 2.000 francs. L'article 2 indique que peuvent être punis de ces peines ceux qui se font délivrer indûment des cartes d'alimentation, ceux qui mettent en circulation ou utilisent des faux tickets, etc... Cet article 2 a d'ailleurs été modifié par la loi du 17 juillet 1941 et abrogé par la loi n° 248 du 2 février 1942 (J. O. 5 fév. 1942), qui modifie et aggrave les peines prévues précédemment. Il prévoit de plus d'autres cas susceptibles d'être punis et assimile la tentative des infractions énumérées dans son texte à l'infraction elle-même.

Cette rigueur des mesures de rationnement a des répercussions sur les commerçants. Etant distributeurs des denrées rationnées, ils doivent obéir à la législation qui les oblige à ne donner à leurs clients que les quantités auxquelles leur donnent droit leurs coupons ou tickets. La liberté de vente n'existe plus pour ces produits; la concurrence ne joue pour ainsi dire plus, puisque les marchandises sont rares et que les commerçants eux-mêmes ne peuvent guère choisir leurs fournisseurs. Les marchandises leur sont livrées par des Groupements ou des Bureaux de Répartition et ils ne peuvent guère discuter ni le prix, ni la qualité de ce qu'ils achètent.

La législation a, de plus, voulu contrôler tout ce qui existait dans le commerce.

Une loi du 17 sept. 1940 (J. O. 19 sept. 1940) relative à la distribution des denrées et produits soumis à des mesures de rationnement, frappe « d'indisponibilité dans les exploitations et les établissements qui en assurent normalement la production, l'importation, la fabrication, la transformation ou le stockage », les denrées et produits faisant l'objet, après transformation, de mesures de rationnement (art. premier).

L'article 2 rend applicables aux denrées ou produits qui seront ultérieurement soumis à des mesures de rationnement et à dater de la publication édictant ces mesures, les dispositions prévues par l'article premier. Le commerçant devient ainsi un simple détenteur de marchandises lui appartenant, mais dont il ne peut disposer comme il l'entend. Seule, la responsabilité en cas de perte ou de détérioration lui reste entière.

La loi du 17 sept. 1940, qui établit les sanctions relatives aux infractions commises en matière de carte d'alimentation, vise dans son article 4 le cas des commerçants :

« Sera passible des peines édictées par l'art. premier tout commerçant, détenteur d'une denrée soumise au régime de la carte d'alimentation ou de tickets de consommation, qui livrera sans l'assentiment de l'acheteur, une quantité inférieure à celle à lui allouée en vertu de sa carte, ses coupons ou ses tickets, ou ne correspondant pas aux équivalences établies par l'autorité publique ».

Outre les peines prévues ci-dessus, le préfet pourra ordonner :

1° la confiscation au profit du Ravitaillement général de tout ou partie des denrées existant dans les magasins des établissements ayant contrevenu aux dispositions du décret du 29 fév. 1940;

2° la fermeture temporaire pour une durée ne pouvant excéder un mois.

Toutefois, la fermeture définitive pourra être prononcée par le ministre responsable.

Les sanctions sont donc sévères : le ravitaillement de la population doit être assuré pour que la vie sociale ne soit pas rendue impossible. Aussi le législateur s'efforce-t-il d'obtenir le maximum de produits. C'est la raison pour laquelle une autre loi du 17 sept. 1940 (J. O. 19 sept. 1940) interdit la transformation de produits alimentaires pour l'homme et les animaux en produits non alimentaires, en spécifiant toutefois que des arrêtés fixeront les conditions dans lesquelles des dérogations pourront être accordées aux agriculteurs, commerçants et industriels intéressés.

Nous avons vu plus haut (2° Partie, Chapitre II. Section II) que le gouvernement, dans le but d'éviter ou de freiner la hausse de plusieurs denrées, en avait taxé les prix. La taxation doit avoir également pour but de permettre aux consommateurs de réaliser leurs achats aux prix fixés par la taxe. C'est pour faire respecter ces prix qu'une loi du 27 sept. 1940 (J. O. 23 oct. 1940) réprime certaines infractions en matière de ravitaillement. Elle prévoit un emprisonnement de 6 jours à 2 mois et une amende de 100 à 10.000 francs pour « ceux qui font ou tentent de faire, comme acheteurs ou comme intermédiaires, à des prix excédant les prix taxés, une opération quelconque sur les denrées ou produits destinés à l'alimentation humaine ou animale, ainsi qu'à ceux qui, sous une dénomination fausse ou équivoque, ou sans dénomination, vendent à des prix supérieurs à leur valeur habituelle ou taxée ces mêmes denrées ou produits ».

En résumé, par le fait même des mesures de rationnement imposées à la population, les commerces d'alimentation sont soumis à une nouvelle réglementation qui limite fortement la liberté dont ils jouissaient avant la guerre. L'achat

et la vente des denrées rationnées sont sous le contrôle de différents services administratifs et la concurrence n'est plus, dans la période actuelle, l'âme du commerce. Ce que les acheteurs recherchent aujourd'hui, c'est le commerce qui peut leur fournir régulièrement les produits et denrées auxquels leur donnent droit leurs tickets. La question des produits de « marque » n'a plus la même importance, le client et le commerçant devant très souvent se contenter des produits qu'ils trouvent sur le marché.

2° *Réglementations spéciales à certains commerces d'alimentation*

Nous venons de voir que les mesures de rationnement avaient pour conséquence directe une certaine réglementation des commerces d'alimentation. Outre cette réglementation, le législateur a édicté des mesures spéciales relatives à certains commerces. Il ne suffit pas, en effet, de rationner le particulier : à quoi servirait, par exemple, la réglementation de l'achat de la viande chez le boucher, si le consommateur peut obtenir tout ce qu'il désire au restaurant.

Il était nécessaire d'aménager les différents systèmes d'approvisionnement pour former un tout cohérent. Nous verrons d'autre part que, pour éviter une consommation excessive de produits relativement rares, on a été amené à restreindre et même à supprimer la vente de plusieurs articles.

Nous examinerons sommairement les cas de la boucherie, des restaurants, de la boulangerie et de la pâtisserie.

a) *Boucherie*

En période de guerre, la viande joue un grand rôle dans la nourriture des armées : la plus grande partie des bêtes abattues est réservée à l'Administration militaire. Il reste alors une petite quantité pour la population civile et il est nécessaire de rationner les consommateurs.

Un décret du 23 déc. 1939 (J. O. 12 janv. 1940) vint réglementer la vente et la consommation de la viande. Ce décret fut abrogé par un décret du 1^{er} avril 1940 (J. O. 4 avril 1940), lui-même modifié par un décret du 26 décembre 1940. Un autre décret de la même date, 1^{er} avril 1940, fixe la nouvelle réglementation relative à la restriction de la vente et de la consommation des viandes et de la triperie : l'exposition, la vente et la mise en vente de la viande est interdite plusieurs jours par semaine. Les boucheries, les charcuteries, les

triperies et les rayons des établissements où se vendent les viandes doivent obligatoirement être fermés certains jours fixés par le décret.

L'atteinte à la liberté du commerce est profonde, la réglementation vise d'ailleurs non seulement la profession proprement dite, mais encore l'organisation intérieure du commerce.

En ce qui concerne la profession, un décret du 29 fév. 1940 (J. O. 5 mars 1940) réglemente la vente du bétail. L'article premier réserve à certains individus « le droit de pratiquer des transactions sur les foires et marchés de vente de bétail ».

Les préfets pourront, par arrêté, prescrire que la vente du bétail ne pourra avoir lieu que sur les foires et marchés régulièrement autorisés, aux emplacements affectés à cet usage et aux jours et heures fixés par arrêté municipal.

Toutefois, cette inscription ne sera pas appliquée aux bouchers détaillants, lesquels, dans l'intervalle des foires, sont autorisés à faire des achats limités à leurs besoins propres, en vue d'assurer uniquement la vente directe à leur clientèle.

En ce qui concerne l'organisation intérieure du commerce, un décret du 20 mai 1940 (J. O. 22 mai 1940) réglemente la vente des viandes de boucherie et de la viande fraîche de porc et astreint les bouchers et charcutiers en gros ou en détail à diverses obligations : tenue d'un registre à feuillets numérotés, coté et paraphé par le commissaire de police et devant contenir le détail des différentes opérations du commerce; pour toute vente au détail, délivrance d'un bulletin mentionnant le poids et le prix total de la marchandise vendue.

b) *Restaurants*

Le principe directeur de la réglementation des restaurants consiste dans le fait que l'on a voulu éviter que les consommateurs, rationnés en famille, puissent obtenir dans ces établissements plus de facilités que chez les commerçants détaillants.

A la suite de plusieurs décrets réglementant les restaurants (décrets des 29 fév., 1^{er} avril, 24 avril 1940), une codification s'avéra nécessaire. Ce fut l'œuvre de l'arrêté du 2 mai 1941. Bien que modifié dans le détail par les arrêtés du 25 juillet et du 23 octobre 1941, l'arrêté du 2 mai 1941 nous donne pour l'étude sommaire que nous faisons, les renseignements principaux sur la législation actuelle des restaurants.

Ceux-ci sont classés en cinq catégories : exceptionnelle, A, B, C, D. Le classement dans la catégorie exceptionnelle résulte d'une décision du Comité central des prix, rendue sur la proposition du Comité d'organisation professionnelle de l'industrie hôtelière. Pour les quatre autres catégories, les exploitants ont dû déclarer la catégorie dans laquelle ils entendaient ranger leur établissement. Le titre II de l'arrêté du 2 mai fixe le prix maximum de ces catégories. Le titre III règle la composition des menus : nombre de plats pouvant être servis, liste des hors-d'œuvre, restrictions concernant les viandes et les poissons. Il ne peut être servi qu'une part de viande correspondant à un seul ticket et le poisson est interdit lorsque le menu comporte de la viande. Il ne faut pas que le client du restaurant, sous prétexte qu'il peut payer, obtienne le nombre de plats qu'il désire. Les restaurants pourraient alors acheter sur le marché des quantités trop fortes de denrées, ce qui aurait pour résultat de fausser la juste répartition des produits alimentaires et de diminuer, en conséquence, les parts réservées aux familles.

Les restaurateurs sont dans l'obligation d'exiger de leurs clients des tickets lorsqu'ils servent des denrées rationnées : pain, viande, etc... Ainsi est mise en harmonie la législation des cartes d'alimentation et la réglementation des restaurants.

c) Boulangeries et pâtisseries

Nous avons déjà vu, au cours de notre étude, que le pain et la viande avaient souvent été l'objet de nombreuses réglementations. En période de guerre, ces denrées restent au premier plan des préoccupations gouvernementales : il faut, en particulier, assurer le ravitaillement de la population en pain.

La question de la pâtisserie est connexe à celle de la boulangerie : son sort dépend de l'approvisionnement en farine. S'il y en a beaucoup, elle subsistera ; s'il y en a peu, elle aura toutes chances de disparaître, à moins que l'on puisse lui fournir des produits de remplacement. On veut, en effet, réserver le maximum de farines pour la panification.

Aussi trouvons-nous un même décret relatif à la réglementation des boulangeries et pâtisseries en date du 29 fév. 1940 (J. O. 1^{er} mars 1940), modifié d'ailleurs par un décret du 1^{er} avril 1940.

Pour la boulangerie, une loi du 28 juillet 1940 (J. O. 20 nov.) complétant et modifiant l'arrêté du 15 mars 1940, réglemente la fabrication et la vente du pain :

« La vente du pain dans les boulangeries ne pourra commencer que 24 heures après la sortie du four du pain fabriqué. » (Article premier.)

L'article 3 interdit « la fabrication des croissants, brioches, petits pains et pains de fantaisie, à l'exception des pains de fantaisie dits de 1 kg. »

Pour la pâtisserie, une loi du 30 juillet 1940, modifiée par la loi du 9 nov. 1940 (J. O. 26 nov. 1940) réglemente la fabrication et la vente de la pâtisserie, de la confiserie et de la biscuiterie.

Les pâtisseries sont fermées quatre jours par semaine et un arrêté du 17 avril 1941, abrogeant l'arrêté du 9 nov. 1940, fixe la nomenclature et la nature des produits dont la vente est interdite.

Depuis, vu la pénurie de farine, tout emploi de farine de froment est interdit aux pâtisseries.

3° *Réglementations communes à plusieurs commerces d'alimentation*

En dehors des mesures particulières à certains commerces, le gouvernement a édicté des mesures générales applicables aux différents commerces d'alimentation.

Pour éviter que la distribution des produits de première nécessité ne se fasse avec trop de fantaisie, il fallut réglementer les heures d'ouverture et de distribution dans les magasins; il est nécessaire que chacun puisse, à des heures normales, s'approvisionner chez ses fournisseurs. Quelques commerçants, vu le peu de denrées à distribuer, n'ouvraient que quelques heures par jour, et parfois à des heures où beaucoup de personnes se trouvaient à leur travail. On voulait aussi, autant que possible, éviter ces interminables « queues » que l'on voyait sur les trottoirs.

a) C'est dans ce but que la loi du 8 octobre 1940 (J. O. 13 nov. 1940) vint réglementer les procédés de distribution dans les commerces d'alimentation.

L'article premier a trait aux heures d'ouverture ;

« Les préfets et, à Paris, le préfet de police, fixeront par arrêté et pour chaque jour de la semaine le nombre minimum d'heures pendant lesquelles les magasins d'alimentation, boucheries, charcuteries, crémeries, épiceries et tous autres magasins de produits de première nécessité devront rester ouverts au public. Le minimum ne pourra être inférieur à huit heures pour les jours ouvrables. »

La réglementation des commerces ne suffit pas : une discipline est également nécessaire chez le client, si l'on veut arriver à une distribution rationnelle. Aussi l'article 5 préconise-t-il l'inscription de chaque consommateur chez les détaillants :

« Chaque titulaire d'une carte d'alimentation pourra, au début de chaque mois, s'inscrire chez un détaillant de son choix pour chacune des denrées rationnées. Le détaillant sera tenu de réserver les quantités correspondantes aux inscriptions qui auront été ainsi faites : il devra en tenir registre et sera responsable des tickets remis et enregistrés. Toutefois, le bénéfice de cette réserve deviendra caduc si les titulaires inscrits ne se présentent pas aux jours et heures fixés par les détaillants pour la remise des produits réservés. »

Cette liberté d'inscription pourrait, le cas échéant, et dans certaines circonstances, devenir une obligation. Le cas est prévu par l'article 6 :

« Des arrêts préfectoraux pourront diviser les agglomérations de leur ressort, chaque fois que le besoin s'en fera sentir, en zones de distribution qui tiendront compte de la situation des commerces de distribution par rapport au quartier résidentiel.

Ne pourront participer à la distribution des denrées ou produits de première nécessité, rationnés ou non, les consommateurs qui se présenteront à un magasin qui ne serait pas situé dans la zone de distribution à laquelle sera affecté leur résidence ou leur lieu de travail. Les préfets pourront déléguer aux maires le soin de fixer, chacun en ce qui le concerne, les zones de distributions. »

Visant plus particulièrement les commerçants, l'article 7 prévoit, en cas d'infraction aux dispositions de la loi du 8 oct. 1940, une amende de 16 à 2.000 fr. et un emprisonnement de 6 jours à 2 mois, ou l'une de ces deux peines seulement.

« Indépendamment des peines prévues par l'article précédent, le préfet pourra prononcer la fermeture temporaire, pendant une durée qui ne pourra excéder un mois, de ces magasins ou établissements. Pendant cette fermeture, l'intéressé devra continuer à payer à son personnel leurs salaires, indemnités et rémunérations de toute nature auxquels celui-ci avait droit. »

Quant aux acheteurs, c'est l'article 9 qui prévoit une amende au cas où l'article 6 de la présente loi serait utilisé et si une infraction aux mesures prises était alors constatée :

« Les acheteurs ou acheteurs éventuels qui contreviendraient aux prescriptions de l'article 6 de la présente loi ou des décrets ou arrêtés pris pour son application, seront passibles d'une amende de 15 fr. par infraction.

b) Pour Paris, vu la densité de la population et le nombre des commerçants, la question du ravitaillement se présente sous des aspects particuliers. Dans certains cas, une réglementation spéciale s'impose : il en est ainsi pour les Halles Centrales et les Abattoirs.

C'est la raison pour laquelle le préfet de police de Paris prit l'ordonnance du 29 oct. 1940 concernant les ventes en gros de denrées alimentaires (Bulletin municipal de la ville de Paris du 6 nov. 1940, Gaz. Pal. 1940, 2. page 512).

L'article premier règle de la façon suivante les conditions de vente :

« Dans les pavillons de vente en gros des Halles Centrales, sur le marché du carreau forain, aux abattoirs (échaudoirs et marché de réassortiment), ainsi que dans les maisons de gros des commissionnaires et négociants établis dans le périmètre des Halles et des Abattoirs, les denrées ne pourront être vendues qu'aux seules personnes munies de la carte d'acheteur. Les cartes d'acheteur, d'un modèle agréé par l'Administration, seront délivrées par les Groupements professionnels intéressés aux commerçants justifiant qu'ils exerçaient la profession avant le 1^{er} septembre 1939 ou justifiant avoir obtenu, depuis cette date, l'autorisation préfectorale prévue par le décret-loi du 9 sept. 1939. »

De cette façon, tout particulier se trouve exclu de la répartition qui est faite dans les Halles ou annexes, ce qui ne peut que faciliter la distribution et le contrôle des diverses denrées qui y sont vendues.

c) Nous terminerons ce paragraphe des réglementations communes à plusieurs commerces en citant :

1° la loi du 16 oct. 1941 (J. O. 21 et 23 oct. 1941) relative au contrôle des produits alimentaires, dont l'article 7 annonçait qu'un arrêté d'administration publique devait fixer les conditions d'application. Ce fut l'objet du décret du 28 oct. 1941 qui indique dans son article premier les mentions obligatoires qui doivent figurer sur les emballages des produits alimentaires ou sur un registre spécialement réservé à cet usage.

On veut par là, dans une période où les matières premières sont rares, éviter que la santé publique ne soit altérée par des denrées fabriquées avec des produits

de remplacement. Aussi la loi exige-t-elle que soient publiés : la composition du produit, les nom et adresse du fabricant, le numéro d'enregistrement de l'autorisation, etc...

2° l'arrêté du 25 août 1941 (J. O. 29 août et 2 sept. 1941) sur la circulation des denrées, produits alimentaires et animaux, en vue d'éviter des fraudes relatives à la distribution des denrées et produits soumis à des mesures de rationnement.

Il ressort de la législation que nous venons d'examiner sommairement que les mesures de rationnement ont eu pour conséquence immédiate de limiter sérieusement la liberté des commerces de l'alimentation. Ces réglementations sont, certes, provisoires, mais si l'on se rappelle que nous entrons dans une période où l'Etatisme prend une importance de plus en plus grande, nous devons reconnaître que les circonstances actuelles sont très favorables à des interventions toujours plus nombreuses.

CHAPITRE III

Les tendances actuelles. — Economie dirigée. — Corporatisme

Dans les sections précédentes, nous avons examiné quelques interventions de l'Etat dans le domaine commercial, conséquences des pouvoirs accordés au gouvernement par la législation de temps de guerre.

Il est bien difficile, à l'heure actuelle, de prévoir ce que nous réserve l'avenir. Le monde est en guerre : la France même, bien qu'en armistice, se trouve encore soumise, sur plusieurs points de son territoire, à des actes de guerre, par suite de l'occupation d'une grande partie du pays.

Malgré les revers militaires, la France reste confiante dans l'avenir et sait qu'elle aura un rôle à jouer dans l'Europe future. Dès maintenant, elle veut éviter les erreurs du passé : les premières préoccupations du gouvernement sont d'ordre social. Pour beaucoup de personnes, le problème social est le plus grave, et peut-être le seul dont dépende à longue échéance l'existence de notre pays : c'est parce qu'il n'a pas été résolu que l'Europe aurait traversé tant d'épreuves.

Mais le problème social et le problème économique sont intimement liés. Comme nous l'avons déjà vu, la période de guerre est propice au développement

des idées d'Etatisme. Aussi, aujourd'hui, voyons-nous en élaboration une nouvelle politique économique, en partie dictée par les circonstances, en partie correspondant à des conceptions nouvelles et à des idées qui, depuis plusieurs années, étaient dans l'air. En supposant que la guerre n'ait pas éclaté, il apparaissait clairement qu'il était nécessaire de modifier notre vie économique.

La nouvelle orientation nous laisse entrevoir le rôle de plus en plus grand réservé à l'Etat ou aux collectivités et, par suite, une disparition lente de l'individu. Les libertés individuelles elles-mêmes font place aux libertés du groupe.

La tendance à l'économie dirigée se précise chaque jour. Ne risque-t-on pas de voir se généraliser les reproches faits depuis longtemps à l'interventionnisme : « C'est d'abord l'excessif accroissement de l'activité collective. L'interventionnisme n'a pas su se borner. L'Etat, fournisseur normal de justice et de sécurité, s'est fait en outre banquier, armateur, placier, graveur, etc...

Quand l'Administration n'agit pas par elle-même, elle contrôle et souvent réglemente l'action privée. Elle se mêle de tout ! » (1)

Les partisans d'une direction dans l'économie pensent qu'elle est indispensable parce que la grande liberté laissée aux individus n'a pas donné de bons résultats. Chacun n'avait en vue que son propre intérêt : aucune disposition d'ensemble ne présidait les diverses activités particulières. Chaque commerçant, chaque industrie s'occupait de son entreprise, mais aucun organisme ne coordonnait les efforts en vue de satisfaire l'intérêt général.

A l'heure actuelle, où les tendances d'Etatisme sont très fortes, on veut en premier lieu organiser les professions.

Nous verrons dans ce chapitre que l'économie dirigée est la voie dans laquelle s'engage aujourd'hui notre pays. L'Etat contrôlera tout ce qui est activité commerciale et industrielle. Mais en ce qui concerne les commerces d'alimentation, nous pousserons plus loin l'étude et examinerons si l'organisation future ne nous achemine pas plutôt vers un système corporatif.

(1) Berthélémy, *Traité élémentaire de Droit administratif*, Préface, Edition 1933.

Nous nous proposons de voir en plusieurs sections :

- 1° l'organisation professionnelle,
- 2° la charte du travail,
- 3° le corporatisme,
- 4° le corporatisme dans la pratique.

SECTION I

L'organisation professionnelle

Dans le chapitre premier de notre étude, nous avons vu que le principe de liberté commerciale, malgré de nombreuses exceptions, restait le principe de base de notre Droit commercial. Mais nous avons également montré la lutte entreprise par les commerçants eux-mêmes pour obtenir la limitation et la réglementation de certaines professions : nous avons alors cité les exemples des débitants de boissons, des viticulteurs, etc... Nous verrons plus loin (chap. III, section IV) les ententes du Sucre et de la Chicorée.

Actuellement c'est l'Etat qui prend en mains l'organisation des professions. Les individus n'interviendront que dans les limites fixées par le législateur. La loi qui domine la question est celle du 16 août 1940 (J. O. 18 août 1940) concernant l'organisation provisoire de la production industrielle.

Bien que le titre vise la production « industrielle », la loi régit en réalité non seulement l'industrie, mais aussi le commerce. La réglementation prévue a sa base dans l'industrie, mais s'étend par la suite au commerce lui-même.

Cette loi constitue un embryon d'organisation professionnelle. C'est le point de départ d'une nouvelle conception économique, mais, ainsi que l'indique l'exposé des motifs, le moment n'est pas encore venu d'aménager un système « assurant une représentation effective et complète des employeurs et des salariés ».

Ceux-ci ne doivent pas être laissés dans l'oubli, mais le législateur constate qu'il n'est pas possible de tenter un effort d'organisation en le laissant à la libre initiative des intéressés. Le caractère étatiste de la nouvelle réglementation est très marqué, malgré le qualificatif d'organisation « provisoire » donné par le titre. Le législateur, cependant, ne fait pas abstraction des intéressés. L'exposé

des motifs vise, en effet, « à associer étroitement les représentants de la puissance publique et ceux des employeurs » et parle d'un accord « entre l'autorité gouvernementale et les représentants patronaux de la profession ».

En vue d'atteindre le but poursuivi, l'article 2 de la loi prescrit la création de Comité d'organisation par branches d'industries.

Dans les premiers comités créés, Industrie textile (décret du 26 oct. 1940, J. O. du 30) et Cuir (décret du 29 oct. 1940, J. O. du 3 nov.), les pouvoirs dévolus au Comité par la loi du 16 août 1940 sont exercés par un directeur général responsable. Il peut prendre toutes les mesures qu'il juge indispensables « en matière technique, économique et sociale ».

En fait, on aboutit à une dictature de la profession s'étendant aux entreprises et aux individus et que rien ne limite.

En pratique, les directeurs sont des industriels ou des chefs d'industrie intéressés à titre privé dans des entreprises sur lesquelles leur mission leur donne pleins pouvoirs.

La nouvelle politique d'économie dirigée domine aussi toute activité commerciale.

Un Comité d'organisation du Commerce a été créé par le décret du 4 mai 1941, en application de la loi du 16 août 1940.

Son but est de coordonner toutes les questions relatives au commerce en général. Il doit en outre (article 3) : « Prêter son concours à l'élaboration des règles concernant la répartition et le régime des prix de vente, le nombre, la forme et la structure des entreprises commerciales, les procédés de vente et toutes modalités de la distribution des produits finis. »

« Orienter l'activité des Comités d'organisation particuliers créés dans son sein dans le sens indiqué par les pouvoirs publics. »

L'article 10 prévoit des Comités d'organisation particuliers et dit qu'« il sera notamment institué un Comité d'organisation des Commerces de l'Alimentation ».

Quant à sa composition, le Comité d'organisation du Commerce comprend : un délégué général responsable et un Comité de Direction composé de douze membres, tous nommés, plus une commission consultative.

En application de ce décret du 4 mai 1941 et ainsi que le prévoyait l'article 10, un décret paru au *Journal officiel* du 1^{er} février 1942 crée au sein du Comité d'organisation du Commerce, un Comité d'organisation des Commerces de l'alimentation (art. premier). Relèvent de ce comité :

a) toutes les branches d'activité et toutes les entreprises qui reçoivent directement ou indirectement des produits d'alimentation en état d'être mis à la disposition du consommateur et distribuant ces produits à la clientèle de gros ou de détail;

b) les entreprises de vente à la commission;

c) les entreprises se livrant à l'importation ou à l'exportation de produits d'alimentation.

Le Comité d'organisation des Commerces de l'alimentation doit assurer la liaison avec le Comité d'organisation du Commerce pour le règlement des questions d'organisation commerciale indépendante de la nature des produits vendus, dans le but d'instaurer des méthodes de loyale concurrence et le respect des intérêts de la clientèle.

Il possède toutes les attributions prévues pour le Comité d'organisation du Commerce en tant qu'elles visent des questions propres aux catégories particulières d'entreprises relevant du Comité d'organisation des Commerces de l'Alimentation.

Il est chargé, en outre, du recensement des entreprises, de la délivrance de la carte professionnelle et des mêmes attributions énumérées plus haut par l'article 3 du décret du 4 mai 1941 (prix de vente, nombre de commerces, etc...).

Toutefois, les attributions confiées à certains organismes, tels que l'Office national interprofessionnel des céréales, le Comité central des groupements interprofessionnels laitiers, le Comité national interprofessionnel des viandes, sont expressément exclues de la compétence du Comité d'organisation des Commerces de l'Alimentation et des Comités particuliers.

L'article 5 fixe la composition de ces Comités. Le Comité d'organisation des commerces de l'Alimentation comprend, d'une part, un président responsable assisté d'un délégué général, d'autre part le directeur responsable de chacun

des Comités particuliers compétents en ce qui concerne les branches énumérées dans l'article et entre lesquelles sont répartis les Commerces de l'Alimentation : il est prévu 14 catégories.

Des arrêtés du secrétaire d'Etat au Ravitaillement institueront les Comités particuliers qui auront chacun un directeur responsable assisté d'une commission consultative.

Des pouvoirs très étendus sont dévolus au président du Comité : il peut prescrire toutes déclarations, effectuer ou faire effectuer toutes enquêtes et tous contrôles nécessaires.

Le délégué général assure et contrôle l'exécution des décisions du Comité.

Quant aux directeurs des comités particuliers, ils exerceront, par délégation permanente, dans la branche d'activité qui les concerne, les pouvoirs dévolus au président du Comité d'organisation des Commerces d'alimentation.

Les décisions de ce dernier sont notifiées au commissaire du gouvernement auprès de ce comité, et au commissaire du gouvernement près du Comité du commerce.

Elles sont définitives si dans les huit jours de la notification ces commissaires n'ont pas usé de leur droit de veto. Le premier commissaire est compétent pour toutes les questions dépendant du Comité d'organisation des Commerces de l'alimentation, le second pour les questions générales d'organisation commerciale indépendantes de la nature du produit vendu.

Vu les pouvoirs exceptionnels qu'ils détiennent, les membres du Comité d'organisation des Commerces de l'alimentation et des Commissions consultatives sont tenus au secret professionnel, ainsi que tous leurs collaborateurs.

SECTION II

La Charte du Travail

La réglementation que nous venons d'étudier concerne l'organisation générale du Commerce et de l'Industrie.. Son but est de régler la fabrication et la répartition des différents produits : c'est en quelque sorte la partie économique que la loi du 16 août 1940 a voulu organiser. Le législateur se devait, une fois

les premières données précisées, de s'intéresser également à la question sociale. Ce fut l'objet de la loi du 4 oct. 1941 (J. O. 26 oct. 1941) relative à l'organisation sociale des professions.

Cette Charte du Travail règle les rapports entre patrons et salariés. Œuvre essentiellement transitoire, elle ne prend pas place dans le Code du Travail, mais elle prépare le retour au régime corporatif, raison pour laquelle nous nous proposons d'en indiquer les lignes générales.

Notre intention est, en effet, de montrer dans une section suivante qu'en s'appuyant sur cette Charte, les commerces d'alimentation étudient actuellement les moyens d'organiser les « corporations » dans les différentes activités qu'ils englobent.

Le rapport au Maréchal de France, Chef de l'Etat français, nous montre bien l'esprit dans lequel fut élaborée cette Charte. Il fallait, répondant aux constantes préoccupations du Chef de l'Etat, trouver « les rapports harmonieux et justes entre les patrons, les ouvriers, les techniciens, les artisans ».

La Charte s'est inspirée des vœux émis dans les cahiers adressés le 1^{er} mai 1941 au Maréchal Pétain par les provinces françaises. Elle se propose d'abolir la lutte des classes et de réaliser la paix sociale et la prospérité des entreprises en faisant appel à la collaboration confiante, loyale et permanente de tous les membres de la profession, employeurs et salariés.

« Elle précise, dit le rapport, les grandes règles qui régiront désormais les rapports des travailleurs, aussi bien dans l'exercice de leur métier que dans le développement de leur vie matérielle et morale. » Elle instaure « le respect d'une hiérarchie fondée sur le travail, le talent, le mérite » et entend enfin « assurer le développement progressif des réalisations sociales destinées à satisfaire les intérêts et les aspirations légitimes des travailleurs ».

Elle a une portée générale et « s'adresse à l'industrie et au commerce, aux petites, aux moyennes et aux grandes entreprises ».

Nous nous bornerons à présenter les principales dispositions de la Charte.

L'armature de l'organisation nouvelle comprend, d'une part, les Syndicats, destinés à remplacer ceux qui existent actuellement, d'autre part, des Comités sociaux et des Groupements mixtes. Les uns et les autres existeront sur le plan local, régional et national.

Les *syndicats locaux* groupent, dans une même circonscription, les membres de chaque profession, classés par catégories distinctes, savoir : employeurs, ouvriers, employés, agents de maîtrise, ingénieurs, cadres administratifs et commerciaux. Toutes les personnes exerçant une activité professionnelle sont inscrites d'office au Syndicat professionnel de leur catégorie, de leur circonscription et de leur profession, à moins qu'elles ne justifient de leur inscription dans l'un des organismes prévus au chapitre III du titre IV et dont nous parlerons plus loin, les associations professionnelles mixtes.

Les *syndicats locaux* sont rattachés à des *Unions régionales* qui dépendent elles-mêmes des *Fédérations nationales*.

L'article 14 règle les attributions des syndicats professionnels : encadrement et représentation des ressortissants, transmission ou exécution des décisions corporatives, étude des questions professionnelles en vue de la présentation de suggestions corporatives, recherche éventuelle des solutions à appliquer aux problèmes intéressant les membres, à l'exclusion de toute activité politique ou confessionnelle. Les Unions et Fédérations assurent la coordination de l'organisation syndicale. Tous ces organismes jouissent de la personnalité civile. Ils peuvent posséder, administrer les locaux et les biens mobiliers destinés à leur fonctionnement administratif et ester en justice.

À côté des Syndicats, la loi prévoit l'institution de *Comités sociaux d'entreprises* (art. 26) qui sont obligatoirement organisés dans les établissements dont l'effectif est au moins égal à 100 ouvriers ou employés, et de comités sociaux (art. 27). Ceux-ci, qui existent au stade local, régional et national, groupent trois catégories de membres :

- a) la catégorie « employeurs »,
- b) la catégorie « ouvriers et employés »,
- c) les autres catégories.

Les attributions de ces comités sont d'ordre professionnel (salaires, conventions collectives, formation professionnelle, etc...) et d'ordre social (sécurité de l'emploi, assistance, retraites, etc...).

Le Comité national assume, de plus, la haute direction sociale de la profession (art. 36).

Enfin, la liaison des Comités sociaux avec les pouvoirs publics s'effectue par l'intermédiaire d'un Commissaire du Gouvernement.

Le rapport qui précède la loi du 4 oct. 1941 indique que l'organisation professionnelle pourra être utilisée, mais que ces syndicats ne seront plus les syndicats de tendance du passé. « Leur activité sera désormais strictement limitée au domaine de leur profession. Ils vivront et fonctionneront sous l'autorité des Comités sociaux et en s'inspirant de leurs doctrines qui ne sauraient être elles-mêmes que celles du Gouvernement. » Cette fin de phrase montre bien le caractère étatiste de la nouvelle orientation professionnelle.

Nous pensons que l'on a tort de vouloir se servir des syndicats existants. Nous sommes dans une période de transition : on veut passer de l'économie libre à l'économie dirigée. Sous le régime de liberté, les syndicats n'étaient pas obligatoires et se sont trouvés parfois en désaccord avec des individus qui préféraient conserver leur liberté commerciale : les droits des uns et des autres étaient les mêmes et chacun défendait ses chances en utilisant ses qualités personnelles.

Mais aujourd'hui, le syndicat devient très puissant : c'est par son intermédiaire que sont réparties les matières premières; c'est sur son avis que sont souvent prises des décisions obligatoires. Comment, dans ces conditions, admettre que ce soient les anciens syndicats, dirigés par les bureaux qu'ils avaient précédemment, qui puissent imposer aujourd'hui à toute la profession, des règlements pour l'élaboration desquels ils ne sont pas les plus qualifiés ?

Il semble qu'il eût fallu réorganiser d'abord les syndicats existants; du fait de l'intégration dans les syndicats de tous les membres de la profession, il eût été normal, tout en respectant l'organisation syndicale, de vouloir placer à la tête des syndicats actuels les personnes les plus représentatives de la profession.

Les activités professionnelles sont réparties entre un nombre déterminé de familles industrielles ou commerciales. Elles sont organisées en vue de « gérer en commun les intérêts professionnels de leurs membres de toutes catégories et d'apporter leur concours à l'économie nationale, selon les directives des pouvoirs publics ». Ici il n'y a aucun doute possible : la future économie française doit être une économie dirigée.

Malgré les termes employés et l'esprit même de la nouvelle politique économique, qui rompent complètement avec la liberté commerciale, le législateur a voulu, dans la loi du 4 octobre 1941, laisser penser que les associations professionnelles bénéficieraient, elles, de certains pouvoirs.

L'article 38 prévoit l'institution dans les professions, d'organisations professionnelles de caractère mixte dont il était question dans l'article 12 de la loi. Si elles existent déjà, elles seront maintenues, sinon, elles peuvent être créées, mais sous réserve de l'agrément des pouvoirs publics.

Ces groupements mixtes sont assimilés aux Comités sociaux et en tiennent lieu dans les entreprises où ils réunissent la moitié des effectifs. Sur le plan local ou régional, ils tiennent lieu de Comité social s'ils rassemblent la moitié des effectifs des différentes catégories des membres de la profession.

C'est par cet article 38 que la Charte du Travail montre le chemin de la Corporation. Le rapport indiquait déjà que le gouvernement voyait dans les Comités mixtes sociaux, la pierre angulaire de la Charte, et précisait que « le Comité social sera pour la profession d'aujourd'hui — pour la Corporation de demain — le véritable animateur de la vie professionnelle » et « qu'il recevra, de surcroît, la mission d'assurer la gestion sociale de la profession ».

Le législateur ne veut rien brusquer : la Charte doit d'abord « subir l'épreuve psychologique des masses et des individualités auxquelles elle s'applique ». (1)

Aussi ne parle-t-on encore que de « la création des futures corporations qui restent le grand espoir de l'avenir français ». Le gouvernement y attache une grande importance, mais il sait aussi « que ces Corporations ne se réaliseront que dans une heureuse articulation des liens sociaux et des intérêts économiques d'un même groupe de professions. L'interpénétration de l'économique et du social est une œuvre de longue haleine ». (Rapport.)

Le problème est ainsi bien posé : on attend de la Corporation la mise en harmonie du point de vue économique et du point de vue social, dans le cadre général des lois, décrets et règlements.

Mais alors plusieurs questions viennent à l'esprit : ces Corporations ne vont-elles pas tomber dans les mêmes errements qui ont causé leur disparition sous l'Ancien Régime ? Et surtout, question plus grave, ce système corporatif reste-t-il dans le cadre professionnel, ou cache-t-il une nouvelle orientation politique, à l'instar de certains pays voisins ?

(1) « Questions prud'hommales, fiscales et commerciales », novembre 1941, p. 762.

Pour résoudre ces questions, nous devons examiner ce qu'est le corporatisme et étudier ce qui est en élaboration dans la pratique. Ce sera l'objet des deux sections suivantes : nous insisterons plus particulièrement sur les projets de Corporations actuellement à l'étude en France dans quelques corporations de l'alimentation.

SECTION III

Le Corporatisme

Présentant le livre de M. Baudin, « Le Corporatisme », M. Georges Scelle dit : « Le corporatisme est une révolution ou une ré-évolution juridique. Or, il n'y a de système juridique effectif que sur une double base : celle de l'éthique et celle de la puissance dont la conjonction réalise l'ordre du Droit. Cette conjonction se fera-t-elle ? C'est le grand point d'interrogation que posent les premiers efforts modernes vers le Corporatisme. » (1)

Le Corporatisme, dont on parle tant depuis quelques années, peut être en effet considéré comme une révolution ou une ré-évolution. Révolution si l'on se place en face des réalités actuelles : il s'agit de passer du régime de l'économie libérale à celui de l'économie dirigée, et cela d'une manière brutale et rapide. Ré-évolution, au contraire, si l'on pense que la nouvelle organisation, tout en nous rappelant par son nom les Corporations de l'Ancien Régime, est en réalité la suite logique et obligatoire des premières tentatives d'organisation des professions.

Quant à l'éthique, la Charte du Travail suit la tradition. C'est d'abord dans le rapport du Maréchal, la définition de l'élément spirituel qui domine la Charte. C'est ensuite, dans le texte même, le rappel des principes « de collaboration et de solidarité qui sont les principes essentiels sur lesquels repose l'organisation corporative ». Rien d'étonnant, étant donné cette base morale, que l'Eglise catholique soit corporatiste. L'Encyclique de Pie XI, « Quadragesimo anno », nous renseigne sur la doctrine de l'Eglise en matière sociale :

« Depuis que l'individualisme a réussi à briser, à étouffer presque cet intense mouvement de vie sociale qui s'épanouissait jadis en une riche et harmonieuse floraison de groupements les plus divers, il ne reste plus guère en présence que

(1) Collection du Droit Social : 2^e fascicule 1941.

les individus et l'Etat. Cette déformation du régime ne laisse pas de nuire sérieusement à l'Etat sur qui retombent, dès lors, toutes les fonctions que n'exerceront plus les groupements disparus. »

Et l'Encyclique « Divini Redemptoris » précisait le programme à exécuter :

« Une saine prospérité doit se baser sur les vrais principes d'un corporatisme sain qui respecte la hiérarchie sociale nécessaire. La mission principale du pouvoir civil est de promouvoir cette harmonie... »

La doctrine corporative se présente tout d'abord comme un remède aux excès du libéralisme. Comme pour plusieurs autres systèmes, les auteurs se sont souvent bornés à dénoncer les méfaits de l'anarchie libérale et à proposer par opposition le principe d'une organisation rationnelle sans préciser ce que celle-ci pourrait être. Les qualifications les plus diverses ont été employées et les auteurs ont usé des mots : économie organisée, orientée, ordonnée, associée, concertée, contrôlée, planée. Le Corporatisme moderne, dans lequel figure l'intervention des pouvoirs publics dans le domaine économique, pour remédier aux désordres sociaux résultant de la liberté sans frein des producteurs, rentrerait dans une de ces catégories d'économie dirigée.

La vérité est que :

« Depuis longtemps, des forces de direction s'exercent dans la vie économique et sociale. Les appellations sont nouvelles, le phénomène est ancien... les intentions sont hésitantes, la nécessité est impérieuse... »

« Ce que l'on veut ou ce que l'on juge souhaitable, c'est que l'économie ne soit plus non dirigée, parce que la dissémination des efforts n'apporte pas les résultats économiques et sociaux qui semblent requis par notre état de civilisation. » (1)

Le régime corporatif implique au préalable l'organisation des professions. Chacun reçoit des attributions réglementaires d'ordre économique, d'ordre social, voire même, le cas échéant, d'ordre politique. Pour M. Olivier Martin (Les Cours de Droit — Cours de Doctorat 1934 — page 157) « l'organisation corporative est un essai de rationalisation de la distribution et de la production. En partant de cette idée, il faut par conséquent maintenir à sa place chaque

(1) Noyelle, « Utopie libérale, chimère socialiste, économie dirigée », édit. 1933, pages 34 et 35.

corporation, quoi qu'il en coûte. C'est une besogne délicate parce que les circonstances économiques évoluent sans cesse et rendent quelquefois difficile le maintien pur et simple du *statu quo* ».

Ce caractère statique de l'institution corporative permet de comprendre pourquoi elle trouve ses partisans les plus fermes parmi ceux qui préfèrent l'ordre au progrès, la sécurité à la liberté. L'essor du corporatisme ne peut se faire qu'aux dépens et à l'encontre de la liberté de l'individu : on ne peut en effet assurer la discipline corporative en voulant laisser intacte la liberté de l'entreprise. Un choix s'impose et la liberté individuelle risque fort d'être bientôt réduite au minimum. Un danger d'un autre genre résulterait du régime corporatif lui-même :

« Une fois les corporations dotées de pouvoirs réglementaires dans l'ordre économique et social, il y aurait de fortes chances pour que la réforme se couronne par une accession de ces corporations au pouvoir proprement politique... »

« On doit même aller plus loin et dire que la notion d'une assemblée politique formée de délégués des forces économiques recouvre une hérésie théorique, car la plupart des problèmes qui se posent au sommet de l'Etat dépassent et débordent la sphère économique. M. J. Barthélémy le dit spirituellement : « Faut-il prêter à la Hongrie, doit-on séparer l'Eglise de l'Etat ? Est-il sage de conclure le pacte à quatre ? Comment obtenir une justice juste ? En quoi donc une assemblée de boulangers, d'électriciens et de parfumeurs aurait-elle une capacité spéciale pour résoudre ces délicats problèmes ? » (J. Barthélémy, Louis XVI avait raison, journal *Le Temps* du 24 juil. 1934. (1))

M. Pirou dit que l'on ne comprend le corporatisme que si l'on y voit une doctrine qui, délibérément, subordonne le point de vue social au point de vue national et qui accorde au souci de l'équité entre les classes moins de poids qu'à celui de la prospérité et de la puissance de la nation. C'est pourquoi le corporatisme qui se donne comme une self administration des intérêts économiques, opposée à la contrainte étatique, devient une sorte de façade derrière laquelle s'exerce un pouvoir politique très fort, généralement une dictature. L'auteur voit dans l'expérience italienne une confirmation de sa théorie. La subordination de l'économie au politique, du social au national, de la corporation à l'Etat,

(1) Pirou, *Le Corporatisme*, page 50.

n'est pas un hasard ni un accident, et de même l'association entre le Corporatisme et la dictature s'explique par une raison profonde. Il conclut en disant que « c'est la mystique nationale, c'est-à-dire un sentiment politique, et non des intérêts économiques, qui forme le ciment grâce auquel est obtenue la cohésion de l'ensemble ».

Si nous quittons le terrain politique pour revenir à l'économique, nous constatons que « les Syndicats et les Corporations, là où il en a existé, ont été orientés jusqu'à présent vers la défense égoïste et souvent à très courte vue des intérêts matériels de leurs membres, beaucoup plus que vers la réalisation du bien public ». C'est la raison pour laquelle, à la suite de la suppression des Corporations de l'Ancien Régime, il y eut une si grande méfiance à l'égard de tous les corps intermédiaires et de tous groupements de chefs d'entreprises.

En face de ces critiques, quels peuvent être les avantages de l'institution corporative. Nous retrouverons ici les principaux arguments actuellement invoqués en France en faveur de l'organisation des professions et de la réglementation des rapports entre les patrons et les salariés.

Dans le domaine de la production et des échanges, la corporation régularise la vie économique et adapte produits et services en quantité et en qualité, aux besoins de la clientèle consommatrice. Elle ouvre les débouchés convenables, assure la distribution rationnelle des biens de toute espèce.

En même temps elle introduit la paix, la tranquillité et l'ordre, à l'intérieur des professions : elle tempère les concurrences : elle substitue à la lutte des classes entre employeurs et employés, un régime de hiérarchie professionnelle qui assure à tous une juste représentation et d'effectives garanties; elle étend de proche en proche son action ordonnatrice aux relations de profession à profession et prépare ainsi la cohésion de toutes les branches de l'activité sur le plan de l'économie nationale.

À la lutte et à la concurrence effrénée et parfois déloyale entre les différents éléments contribuant à la production, à la transformation et à la distribution d'un produit, la corporation substitue l'entente et la collaboration de tous ces éléments dans l'intérêt général : elle cherche à moraliser tous les rapports économiques et sociaux entre ces éléments, en disciplinant la production et l'échange et en attribuant à chacun la juste part de ses mérites et de ses efforts, c'est-à-dire en réalisant un maximum de justice sociale, tout en sauvegardant les intérêts généraux de la collectivité qu'elle rassemble.

La Corporation soutient qu'elle pourra relever l'éducation des citoyens par le fait même qu'elle leur enseigne la solidarité et leur donne un sens social. Cette éducation peut être le fait de la Corporation parce qu'elle prend dans le socialisme ce qu'il a de noble et de généreux et dans le libéralisme ce qu'il a de fort, l'énergie individuelle et l'intérêt personnel.

M. Pirou développe cette même idée lorsqu'il dit : « Le libéralisme a raison lorsqu'il affirme qu'une organisation sociale doit faire une large part à l'intérêt personnel, à l'initiative privée, aux diversités individuelles... Les libéraux nous montrent ce que comportent de chimérique ou de dangereux les projets de planification intégrale et les systèmes qui, sous des inspirations diverses, proposent de substituer à l'égoïsme individuel la mystique du service social. Les libéraux font également œuvre opportune lorsqu'ils insistent sur l'existence de lois économiques qu'il n'est pas au pouvoir des hommes d'effacer ou de violer impunément. » (1)

Ainsi le corporatisme n'aurait de chance de réussir que s'il sait s'abstenir de brider l'initiative personnelle des chefs d'entreprise. M. Pirou étudie ensuite les avantages du corporatisme :

a) *Par rapport au libéralisme*

Il aurait le mérite d'assurer l'ordre, la discipline, la justice alors que le régime économique libéral serait un facteur d'anarchie, de déséquilibre, d'instabilité.

La discipline corporative tiendrait également la main, comme le faisaient les corporations de l'Ancien Régime, à ce que les procédés employés excluent la fabrication de camelote et elle tempérerait ainsi, par l'obligation de ne pas enfreindre l'honneur professionnel, les tentatives de l'esprit de lucre, lorsqu'elles s'exercent aux dépens de la santé des consommateurs.

Nous pensons qu'il n'y a nul besoin de recourir au régime corporatif pour éviter de tels abus. Quel que soit le régime envisagé, nous estimons qu'un service des Fraudes compétent et une Inspection du Travail bien organisée doivent être des garants suffisants d'une activité sociale saine et honnête.

(1) Pirou, Néo-libéralisme, Néo-corporatisme, Néo-socialisme, pages 66 et 67.

b) *Par rapport à l'Etatisme*

Les chefs d'entreprises ne se plieront-ils pas de meilleure grâce aux limitations et aux restrictions qui leur seront imposées, lorsqu'ils les sauront émanées de la profession à laquelle ils appartiennent et qu'ils auront participé à leur élaboration et à leur discussion ?

Les Corporatistes ont grande confiance dans cette façon de procéder : à leur avis, la corporation réalise l'auto-administration des intérêts économiques. Les réalisations allemandes et italiennes ne permettent guère de penser qu'il en soit ainsi.

c) *Par rapport au Syndicalisme*

Groupant dans une même formation tous les patrons et tous les ouvriers, la Corporation supprimerait la lutte des classes, conséquence de la lutte des syndicats patronaux et syndicats ouvriers, dressés les uns contre les autres pour la défense de leurs intérêts opposés. Dans le Corporatisme, au contraire, les intérêts de tous seraient les mêmes et convergeraient vers le bien-être général.

Cet idéal du Corporatisme est certes prometteur, mais, à notre avis, est plus près de l'utopie que de la réalité.

SECTION IV

Le Corporatisme dans la pratique

Théoriquement, on peut par conséquent attendre du corporatisme une rénovation de notre structure économique et sociale. Mais pratiquement, quels résultats peut-on escompter ?

Le terme « Corporation » évoque tout de suite à l'esprit des Français, l'époque de l'Ancien Régime où les Corporations étaient plus disposées à conserver jalousement leurs droits qu'à considérer l'intérêt général du pays.

Aussi craint-on de retomber dans l'erreur corporative du XVIII^e siècle et de juguler ainsi le progrès dû à l'initiative individuelle, au moment où plus que jamais nous avons besoin des efforts de chacun. On se demande alors si la période est propice à une telle évolution ou révolution, et si on doit avoir confiance dans

les destinées du corporatisme. M. Barthélémy nous met en garde et nous rappelle, à juste raison, quelques exemples caractéristiques du passé et du présent. Parlant des Corporations de l'Ancien Régime, il s'exprime de la façon suivante :

« Elles étaient donc frappées du vice fondamental qui infecte le syndicalisme contemporain : elles sacrifiaient l'intérêt général à leurs intérêts égoïstes.

La principale victime de l'égoïsme des corporations, c'était le consommateur. M. Olivier Martin nous dit que la corporation du bâtiment avait réussi à faire prohiber le marché « clef sur porte » des constructions à forfait. Elle aimait mieux imposer ses fameux devis qui font que le Parisien moyen d'aujourd'hui aime mieux supporter les plus graves inconvénients plutôt que de faire travailler chez lui un spécialiste qui, pour un travail de dix minutes, fournira un mémoire de vingt pages. Les gagne-deniers ou débardeurs du Havre sont dissous par l'autorité royale en raison des entraves insupportables qu'ils imposaient à la navigation. La corporation organisait la vie chère.

Vous lirez, dans le livre de M. Pierre Jolly, les excès d'un comique assez triste auxquels se sont livrées les corporations dans la défense de leur monopole : les boulangers perquisitionnent dans les maisons et font détruire tout ce qui peut servir de four; un grossiste a vendu de la rhubarbe au détail, il est condamné sur la requête des épiciers; les maîtres à danser poursuivent avec succès un valet de chambre qui a organisé sans leur concours une sauterie pour ses camarades des deux sexes; les boutons non recouverts d'étoffe sont interdits, à la demande des passementiers; les tisseurs et les brodeurs font prohiber les étoffes imprimées. Le charcutier ne peut acheter un porc vivant, il doit se procurer la viande morte chez le boucher. Le rôti-seur peut tout de même tuer un poulet, à la rigueur un agneau, mais non un mouton. A son tour, le rôti-seur fait la guerre au pâtissier et lui interdit de cuire la viande pour les petits pâtés. Le 14 février 1737, le Conseil du Roi rend sur l'éventail un jugement de Salomon. Le tabletier fabrique les branches, mais ne peut les monter; l'éventailiste monte les branches, mais ne peut vendre l'éventail; le mercier seul peut vendre l'éventail, sans intervenir dans sa fabrication.

.....

Et on parle de rétablir ce passé ? Non, merci. »

.....

Puis, ayant parlé du corporatisme dans les pays étrangers (Russie, Portugal, etc...), il ajoute :

« Tout ce corporatisme n'a d'autre objet que de mettre fin à la lutte des partis, de faire oublier la suppression du Parlement et, quand l'état normal des choses reviendra, toute cette fragile façade tombera en poussière.

Je ne veux pas étendre ce jugement aux autres pays corporatifs. Il me semble cependant que le corporatisme y a surtout pour objet de masquer la suppression des libertés politiques. Je suis porté à croire également qu'à Rome ce qu'on appelle corporatisme n'est que l'organisation d'un étatisme bureaucratique et tout-puissant.

.....

Il y a une concordance qui me frappe, c'est que partout le corporatisme va de pair avec la dictature. C'est que partout il s'éloigne des principes de liberté politique et économique qui ont toujours été les miens et que, à travers tous les écueils de l'heure présente, je voudrais voir sauvegarder. »

Ces lignes, publiées en 1935, sont tout à fait d'actualité. Nous n'insisterons pas sur la transformation du régime politique de la France, nous contentant d'approuver les justes réflexions que nous venons de citer.

L'organisation française

Avant d'aborder le problème corporatif lui-même, nous indiquerons sommairement l'organisation des commerces de l'Alimentation en France. Nous avons vu au cours de notre étude que, sauf exceptions, la liberté de création et d'organisation était jusqu'à ces dernières années la règle de base de notre Droit commercial.

Mais quels que soient les avantages de l'individualisme et de la liberté complète d'entreprise, la complexité des problèmes économiques et la faiblesse de l'individu isolé en face de la communauté ont depuis un demi-siècle modifié l'attitude des milieux économiques de la production et de la répartition.

L'ère de liberté complète n'a été que de courte durée. Les transformations sociales d'une part, le développement de la puissance de l'Etat d'autre part, ont amené les salariés comme les employeurs à créer des organismes professionnels, mais en se dégageant du système étouffant de l'ancien régime. On a assisté à la naissance des Syndicats professionnels, ouvriers et patronaux, chargés de la défense des intérêts de classe et des intérêts professionnels. Dépasant le stade

social, ces syndicats ont formé les Fédérations de Syndicats qui, s'unissant à leur tour, ont donné le jour aux Confédérations nationales.

Mais contrairement à ce qui s'est produit dans d'autres pays, cette organisation n'a jamais été obligatoire. Il ne s'est jamais agi d'une « fonctionnarisation » de la représentation des intérêts professionnels. Ce libéralisme a été très favorable au développement des groupements patronaux. Dans les professions qui rentrent dans le cadre de l'Alimentation, il n'est guère de branche où n'existe une construction syndicale allant du groupement élémentaire local au groupement général de caractère fédératif englobant les syndicats départementaux ou régionaux. Tel est le cas de l'Épicerie, de la Boucherie, de la Charcuterie, de la Boulangerie, de la Pâtisserie, des Vins et Spiritueux, etc... Les fabricants de produits alimentaires sont eux-mêmes affiliés pour la plupart à des syndicats spécialisés, groupés dans l'Union des Syndicats de produits alimentaires en gros.

Dans certaines branches, comme l'industrie de la conserve, il a été procédé à une véritable intégration unissant étroitement producteurs, transformateurs, répartiteurs, en sorte que le Conseil national interfédéral de la conserve comprend des représentants de la pêche, des usines, des fabricants de fer-blanc, du négoce en gros et en détail de cette spécialité.

Les Fédérations et Syndicats ont pensé qu'en dehors de leurs actions individuelles concernant leurs activités propres, il serait utile de créer un organe intersyndical ou mieux interfédératif. Destiné à faciliter l'étude en commun des problèmes d'ordre général, cet organisme serait aussi leur représentant auprès des Pouvoirs publics et des Administrations pour toutes les questions intéressant l'ensemble des professions alimentaires. Tel est l'objet de la *Confédération Nationale des Commerces et des Industries de l'Alimentation de France et des Colonies*, constituée en 1933. C'est le résultat de ce que certains considéraient déjà à cette époque comme une évolution corporative naturelle et libre. Ils pensaient que par l'effort de cohésion et d'entente librement consenti, l'Economie organisée évitera l'ingérence de l'Etat et la tutelle des pouvoirs publics. « L'Alimentation doit savoir tirer la leçon de ce qui se passe dans certains pays étrangers, où elle est réduite à la fonction d'un service d'utilité publique, et des exemples tout récents en France du recours à l'Etat pour remettre de l'ordre dans une branche économique dont l'existence même est menacée par la mauvaise volonté des dissidents. »

Dans d'autres cas, ce sont les intéressés eux-mêmes qui sollicitent l'intervention de l'Etat. « La Banque, en cas de faillite, sollicite l'appui de l'Etat sous

prétexte, d'ailleurs justifié, que sa faillite serait une source de perturbations pour l'économie nationale. Le petit commerçant demande l'intervention de l'Etat pour se protéger contre le grand commerce. » (1)

Chaque branche d'industrie ou d'agriculture qui se voit dans l'impossibilité de réglementer sa production se retourne vers l'Etat, considérant son appel comme légitime : de ce fait, l'intervention de l'Etat devient de plus en plus étendue. Pour se défendre de la conjoncture défavorable ou éviter un avilissement des prix, dû à une concurrence acharnée, les chefs d'entreprises ont songé à discipliner la production en éliminant la concurrence. Lorsqu'ils ne réussissent pas à obtenir, à cette fin, l'assentiment et le concours de tous les intéressés... Ils se retournent vers l'Etat en lui demandant de transformer en règle obligatoire pour tous, dans la profession, les dispositions par lesquelles peut être réalisé l'assainissement du marché. Au premier rang de ces dispositions figurent d'ordinaire la limitation des quantités produites et la fermeture plus ou moins complète de la profession.

En réalité, on se propose toujours de supprimer dans un secteur plus ou moins large, la libre concurrence, de lier par une entente les producteurs existant à un moment donné dans une profession donnée, de fermer l'accès de cette profession aux nouveaux venus et, ayant ainsi établi un monopole de fait, de l'exploiter pour le plus grand profit des « beati possidentes », en réduisant la production globale, en relevant les prix unitaires, voire même en interdisant l'introduction de machines nouvelles ou d'inventions techniques qui risqueraient d'ébranler les situations acquises. » (2)

Pour atteindre ce résultat, on tâche en premier lieu d'obtenir l'accord, avoué ou occulte, des intéressés; cela est relativement aisé lorsqu'il n'y a en présence que quelques grosses firmes dominant le marché. Dans les autres cas, une minorité de dissidents empêche la conclusion de l'accord. On se retourne alors vers l'Etat, et ainsi s'effectue le passage de l'économie « libre » à l'économie « corporatisée ».

Pour illustrer cette transformation, M. Pirou cite les cas suivants :

a) La plus ancienne en date des ententes obligatoires est celle du Sucre, réalisée par deux décrets-lois du 8 août et du 30 octobre 1935. Un accord privé

(1) Madani-Lamé, Les fondements de l'Economie dirigée, Thèse Grenoble 1936.

(2) Pirou, « Essais sur le Corporatisme », page 153.

avait été conclu dès 1931 entre les planteurs de betteraves et les fabricants de sucre. Il englobait 84 0/0 de ces derniers. Les dissidents ayant retiré de l'accord des avantages considérables, puisqu'ils bénéficiaient du relèvement des prix, sans supporter les charges de la limitation de la production, en fit en 1934, lors du renouvellement de l'accord, un gros effort pour englober tous les dissidents. La proportion s'éleva à 97 0/0. Mais il était toujours à craindre que de nouveaux producteurs n'apparussent, attirés précisément dans cette branche d'industrie par la fermeté des prix. Aussi les fabricants demandèrent-ils à l'Etat et obtinrent-ils de lui par décrets-lois de 1935, que la construction de nouvelles usines fût subordonnée à l'autorisation préalable des pouvoirs publics. En fait, très peu d'autorisations sont accordées. »

b) Un accord de la chicorée, signé le 28 oct. 1935 dans les bureaux du préfet du Nord, fut transformé en loi le 24 mars 1936. Il résulte de ce texte (complété par divers décrets et arrêtés qui s'échelonnent de mai à sept. 1936) que la quantité de chicorée à produire sur le territoire français sera fixée par décret et que ce contingent global sera réparti entre les producteurs sous condition qu'ils adhèrent à l'une des deux confédérations qui groupent respectivement les planteurs et les sécheurs de chicorée.

c) En ce qui concerne le commerce de la Boulangerie, un projet déposé à la Chambre des députés le 26 déc. 1935, adopté par elle et transmis au Sénat (qui l'a renvoyé pour étude à sa commission du commerce) décide que lorsqu'une convention collective sera intervenue entre les syndicats patronaux et ouvriers de la Boulangerie dans une région déterminée, le préfet pourra, après consultation des conseils municipaux intéressés, prendre un arrêté rendant obligatoires les clauses contenues dans la dite convention. Or, parmi ces clauses, on prévoit que l'ouverture de toute nouvelle boulangerie sera subordonnée à une autorisation des pouvoirs publics. Au cas où cette autorisation serait accordée, l'ouverture de la nouvelle boutique donnerait lieu au prélèvement par le Trésor d'un droit dont le montant serait calculé « sur la moyenne des droits d'enregistrement payés à l'occasion de la dernière cession des trois plus proches boulangeries existantes ». Ce projet ne fut pas sanctionné par une loi.

Il y avait à cette époque une forte tendance à vouloir réglementer les professions par le moyen des ententes. M. G. Ripert, dans son rapport à la Société des Etudes législatives, les définissait ainsi :

« L'entente n'est pas un contrat productif d'obligations liant deux personnes déterminées. Elle a un autre objet et une autre portée. Elle lie d'activité

future des intéressés dans leurs rapports avec les tiers. Elle leur prescrit ou leur interdit de produire ou de vendre. Elle est règlement plus que contrat, statut plus que convention. Elle donne la loi de la profession, la règle corporative. Elle crée un droit nouveau inférieur au droit né de la loi, mais supérieur au droit contractuel. »

Mais le Droit corporatif ne s'appliquait ainsi qu'à quelques cas isolés. Avec la Charte du Travail, au contraire, nous devons le voir se généraliser. Les articles 38 et 39 prévoient les organismes qui, dans les professions, seront habilités à recevoir les pouvoirs et prérogatives nécessaires à leur fonctionnement corporatif.

Dès la parution de la Charte, les Syndicats ou Fédérations intéressés se sont mis à l'œuvre pour sauvegarder leurs droits professionnels.

Nous nous proposons d'examiner quelques efforts faits dans ce sens, dans les commerces d'alimentation. Les directives générales étant les mêmes pour chaque corporation, nous limiterons notre exposé à deux exemples en étudiant les projets actuellement en cours dans la Pâtisserie et la Boulangerie. Les travaux entrepris par ces professions trouvent leur point de départ dans les alinéas 2 et 3 de l'article 39 de la loi du 4 oct. 1941.

« Chacune des professions établira une *Charte corporative* particulière qui sera soumise à l'agrément des pouvoirs publics.

Ces Chartes devront prévoir dans l'ordre social et professionnel des dispositions au moins équivalentes à celles qui constituent les attributions prévues aux articles 31 à 33 pour les comités sociaux. »

1° *Pâtisserie*

Les pâtisseries de France sont groupés en Syndicats locaux et possèdent une Confédération nationale dont le siège est à Paris. Par suite de l'existence de la ligne de démarcation, des réunions ont lieu d'une part en zone occupée, d'autre part en zone libre. Cela ne facilite pas la bonne entente dans la Confédération et crée dans cette corporation de nombreuses difficultés, les pâtisseries de la zone libre ayant voulu avoir l'honneur du dépôt de la Charte sans avoir même consulté ceux de la zone occupée. Nous ne nous arrêterons pas à cette querelle intérieure, notre seul but étant de voir dans quel esprit les professionnels d'aujourd'hui comprennent leur rôle de demain.

Le projet de Charte corporative du métier de Pâtissier-Confiseur fut adopté au Congrès de Grenoble, le 27 mai 1941, et soumis ensuite au Maréchal, Chef de l'Etat français. (1)

Dès qu'il eut connaissance du dépôt de ce projet de Charte, le président de la Confédération Nationale réunit les présidents des Syndicats des Pâtissiers de la zone occupée et à la réunion du 12 août 1941, la Charte élaborée en zone non occupée fut l'objet de nombreuses critiques justifiées.

Nous ne retiendrons donc le projet en question que comme conception d'organisation établie par une partie seulement de la profession. Son étude sera cependant intéressante.

Le titre premier est réservé à la définition du métier de Pâtissier-Confiseur et de son champ d'action. Cette définition est assez complète, mais le titre de glacier a été omis.

Les 2^e, 3^e et 4^e paragraphes constituent le point crucial de la Charte : il y est question des boulangers-pâtissiers, c'est-à-dire des personnes qui, dans le même magasin, vendent en même temps de la boulangerie et de la pâtisserie.

Nous retrouvons déjà ici une grande preuve d'égoïsme dans la défense des intérêts professionnels. Le grand désir des auteurs du projet est de vouloir interdire aux boulangers la vente de la pâtisserie. Pour cela, ils estiment que les boulangers-pâtissiers actuellement établis ne peuvent continuer l'exercice de deux professions que s'ils remplissent les conditions fixées au paragraphe 4. Pour l'avenir, l'exercice simultané des deux métiers ne pourra exister qu'à la condition qu'ils se produisent dans deux magasins et deux laboratoires indépendants destinés les uns à la pâtisserie, les autres à la boulangerie.

La Confédération de Paris a critiqué cette volonté unilatérale de réglementation, sans consultation des professions connexes, et se demande quelle sera l'attitude du gouvernement lorsque les boulangers-pâtissiers demanderont à leur tour l'établissement d'une Charte. L'Etat veut protéger les professions, mais il doit le faire pour toutes. Pour définir les professions de boulangers et de pâtissiers qui aujourd'hui chevauchent souvent, il est indispensable d'arriver à un accord des organismes dirigeants. S'il doit y avoir séparation, il faut arriver à

(1) Voir le texte de ce projet, en annexe.

limiter les activités de chacun en laissant certaines fabrications aux uns, et certaines fabrications aux autres. Sans cela, chaque profession voudra dans son projet de Charte se réserver le maximum de droits. Un accord des deux professions peut seul permettre de résoudre le problème.

Parlant du boulanger qui fait de la pâtisserie, le 4^e paragraphe du titre premier porte que :

« Il sera tenu d'acquitter les redevances corporatives propres à chacun des métiers.

Son exploitation sera soumise au paiement d'une double patente égale en valeur aux patentes auxquelles seraient imposés les deux commerces s'ils étaient séparés. »

Là encore, la Confédération de Paris fait une juste critique en demandant pourquoi la connexité des professions de boulangers et de pâtissiers est plus anormale que celle de pâtissier-confiseur, pâtissier-glacier, pâtissier-chocolatier, pâtissier-cuisinier, etc...

Elle pose également la question de savoir quelle serait la réaction des pâtissiers si les professions connexes que l'on vient de citer exigeaient dans leurs Chartes les mêmes impositions qu'ils veulent appliquer aux boulangers. L'Etat se chargerait alors certainement de les mettre tous d'accord en appliquant une patente par profession.

Le projet indique ensuite que la création d'un fonds de boulangerie-pâtisserie ne pourra être délivrée qu'à des personnes qualifiées pour exercer les deux métiers.

Le paragraphe 5 fait à nouveau preuve d'égoïsme professionnel : non seulement il interdit la vente de la pâtisserie fraîche aux commerces dits « de l'alimentation générale », mais encore il limite à certains articles ce que ces commerces pourront vendre en biscuiterie industrielle et en confiserie.

Le projet est moins rigoureux en ce qui concerne les glaces puisqu'il en permet la dégustation, telle qu'elle existe de nos jours, dans les bars, cafés, restaurants, hôtels, salons de thé et cinémas.

Il résulte de l'ensemble de la réglementation du titre premier que les auteurs ont voulu amener le plus possible d'eau à leur moulin. Ils ont même dépassé la juste mesure, ce qui prouve que les craintes inspirées par la réapparition des Corporations sont tout de même quelque peu justifiées.

A titre de décharge, il faut reconnaître que la Confédération de Paris a elle-même signalé que ce projet contenait de nombreuses erreurs qu'il faut éviter. Elle estime que pour faire « quelque chose qui tienne, il faut de l'entente et de la logique », que rien ne doit être fait sans consulter les professions connexes, boulangeries, confiseries et qu'on ne peut établir une Charte pour une profession sans s'occuper des autres.

Le titre II du projet de Charte est consacré à la structure de la Corporation.

Dans le premier paragraphe, qui traite de l'organisation corporative, il est indiqué que :

« La Corporation de la pâtisserie-confiserie est formée par l'ensemble des personnes exerçant le métier ou une partie spécialisée du métier : artisans patentés et ouvriers qualifiés. »

Obéissant aux directives de l'article 39 de la Charte du Travail, le projet des Pâtisseries prévoit, au lieu des Comités sociaux, des Conseils corporatifs qui existeront aux stades local, régional et national.

Sont seuls électeurs et éligibles à ces Conseils les membres de la Corporation exerçant depuis au moins cinq ans; ils doivent en outre être Français et n'avoir jamais encouru de condamnation pénale.

Un patrimoine corporatif, alimenté par une cotisation ouvrière basée sur le salaire et une cotisation patronale basée sur la patente, est destiné à soutenir les œuvres d'assistance professionnelle qui seront créées.

Le paragraphe II indique l'objet de la Corporation. Il partage entre les sections patronales et les sections ouvrières d'une part, les Conseils corporatifs d'autre part, les attributions prévues aux articles 31 à 33 pour les Comités sociaux par la Charte du Travail. Nous n'énumérerons pas ici ces attributions d'ordre économique et social : signalons toutefois que le projet attribue entre autres à ces organismes :

— l'élaboration à l'échelon local ou régional d'un barème de prix minimum pour réaliser « un juste prix » et accorder « un juste salaire ».

— la lutte contre l'anonymat des entreprises.

— la sauvegarde de la qualité.

— le contrôle et la limitation de la main-d'œuvre étrangère.

On retrouve ainsi dans les désirs des auteurs du projet, des préoccupations héritées des anciennes corporations, et d'autres nées des difficultés actuelles.

Le paragraphe 3, sous la mention « Collaboration patronale et ouvrière », a pour objet principal la formation professionnelle.

« Patrons et employés ont le devoir de collaborer intimement dans l'œuvre de l'apprentissage et de l'enseignement technique supérieur. »

Le projet prévoit un apprentissage de trois ans sanctionné par un examen d'aptitude professionnelle. Muni de ce diplôme, l'apprenti suit des cours supérieurs de complément pendant une nouvelle période de trois ans. À la fin de ce stage, il peut accéder à la maîtrise en passant un nouvel examen.

La formation professionnelle doit être complète : des cours d'apprentissage et des cours supérieurs devront être créés dans toutes les régions où ils n'existent pas. Ce sont les brevets ainsi acquis qui « donneront droit à l'exercice du métier. Ils assureront aux patrons la propriété du métier : aux ouvriers, cette même propriété consacrée par le droit au travail ».

Le projet s'occupe non seulement des ouvriers, mais aussi du personnel féminin chargé de la vente : il le soumet à un apprentissage de deux ans et organise des cours professionnels sur la propreté, la présentation, etc...

Des conventions de travail, dont les clauses générales seront élaborées à l'échelon national, régleront les rapports entre patrons et employés. Elles auront pour objet : la durée du travail, les salaires, la discipline du travail.

C'est dans ce même paragraphe qu'il est question de l'accession de l'ouvrier à la condition patronale. On sait quels reproches furent adressés aux anciennes Corporations à ce sujet. Le projet de Charte des Pâtisseries semble avoir une plus grande confiance dans l'avenir : loin de voir dans les corporations une impossibilité pour l'ouvrier de devenir patron, il y trouve au contraire un argument contre le libéralisme.

« La Corporation s'opposant aux excès du libéralisme qui a rejeté le prolétaire dans l'incertitude et dans la dépendance, doit permettre l'émancipation du plus grand nombre d'ouvriers. »

La Corporation nouvelle s'oppose à une limitation rigoureuse du nombre des entreprises : elle prétend faciliter l'accession au patronat de l'ouvrier titulaire du brevet de maîtrise. Les mises en vente de fonds de commerce seront signalées, sous le sceau du secret, au président du Conseil corporatif régional. Celui-ci pourra ainsi « diriger vers une entreprise qu'il saura saine le maître désireux de s'établir ».

Pour des gens avertis des avantages et des inconvénients du régime corporatif, il semble que les auteurs du projet que nous analysons y ont plutôt indiqué des desiderata que des faits réels. N'y a-t-il pas, par exemple, une part d'illusion dans le fait de penser que la Corporation donnera à celui qui possède un métier « le droit de l'exercer dans l'indépendance ». Les pâtisseries ont vu dans le futur régime ce qui doit leur permettre de protéger leur profession, mais ont oublié qu'au-dessus des Corporations, il doit exister un Etat fort qui, si l'on en juge les expériences étrangères, est plus porté à supprimer qu'à créer des libertés.

La fin du titre II du projet est réservé au « Tour de France » des jeunes ouvriers et fils de patrons, aux groupements de jeunesse (amitié, solidarité et sports), à la solidarité corporative et au secours au chômage.

Le titre III indique les droits et devoirs de la « Corporation en face de la Société ».

Reprenant un des meilleurs arguments en faveur de la Corporation, le projet attache une grande importance à ce que la future Corporation fasse respecter la profession. Le commerce doit être honnête : toutes les fraudes doivent être réprimées, qu'elles concernent les poids et mesures, la qualité des produits ou les prix.

A notre avis, un projet de Charte de commerce de l'alimentation pourrait exiger une protection plus complète pour tout ce qui concerne les denrées alimentaires. Toutes ces denrées devraient être vendues uniquement dans les magasins d'alimentation spécialement aménagés et répondant à certaines règles d'hygiène. Aucun produit alimentaire ne devrait être vendu dans les bazars, prix-uniques, magasins de nouveautés, etc... Une dérogation serait cependant possible pour quelques marchandises de conservation plus facile, les vins et les conserves par exemple.

Mais, pour le cas particulier de la pâtisserie fraîche, on ne saurait être trop strict en demandant que la vente soit effectuée uniquement par les fabricants et dans leurs magasins. Quant aux commerces, qui ne sont que des dépôts, ils devraient disparaître ou n'être autorisés qu'à vendre de la pâtisserie sèche, pâtes brisées, sablés, etc..., ou de la biscuiterie.

Nous trouvons dans le projet, sous la rubrique « Le Contrôle des prix », des arguments justes qu'il serait désirable de voir adopter dans la réglementation actuelle. Le projet prétend à juste raison que :

« Le problème des prix est fonction de la concurrence, de la qualité, de la richesse de présentation, de l'emplacement de la maison dans la ville, de la cité elle-même où le métier est exercé. »

Ce sont là des faits que nous avons déjà eu l'occasion de signaler au cours de notre étude et que l'on est fort surpris d'avoir à rappeler si souvent.

Le projet poursuit : « Le souci de la Corporation a toujours été de maintenir la qualité contre des prix dont le fléchissement était la tendance générale. Il convient donc d'établir des barèmes de prix minima au-dessous desquels la production de la pâtisserie-confiserie ne pourrait plus être loyale et assurer le « juste salaire » dû à la main-d'œuvre. » L'idée qui domine cette réglementation est bonne parce que basée sur des réalités. Au cours des dernières années, on a vu vendre par des gens peu scrupuleux des denrées alimentaires dont la qualité laissait à désirer. La course au prix réduit a souvent incité des concurrents à livrer de la mauvaise marchandise. Nous avons signalé le cas de la viande livrée à l'autorité militaire et pourrions encore citer d'autres exemples du même type. Etant donné qu'il s'agit d'alimentation, la réglementation doit être précise, mais ne doit-on pas craindre que les « prix minima » du projet ne soient une source d'ennuis pour la Corporation ? Le principe est défendable, mais nous pensons que son application se heurtera à de nombreuses difficultés.

La fin du projet examine sommairement les bons rapports qui devront exister avec les fournisseurs, avec les industries connexes, avec l'Etat. Parmi les activités de la Corporation, on signale qu'elle devra aider l'Etat à surveiller la qualité des produits finis et à « pénaliser, s'il convient, les délinquants qui, par leur action, peuvent nuire aux intérêts corporatifs et sociaux ».

On retrouve ainsi dans ce projet de Charte l'esprit de solidarité préconisé par le gouvernement, mais aussi l'idée bien précise d'une réglementation quelque peu égoïste qui doit améliorer la situation de la profession.

Nous avons déjà indiqué que ce projet était uniquement l'œuvre des Pâtisiers de la zone non occupée. Ceux de la zone occupée et de la zone interdite ont fait de nombreuses critiques et, à la suite de leur réunion du 12 août 1941, ont voté un ordre du jour demandant au « Maréchal Pétain, Chef de l'Etat français, de surseoir au dépôt du projet de Charte corporative, déposé entre ses mains par leurs collègues de la zone non occupée. Ils demandent que ce projet de Charte soit étudié en accord avec le bureau de la Confédération nationale, après entente avec les professions connexes et sur le plan purement artisanal. Les brevets d'apprentissage, de compagnonnage et de maîtrise devant à l'avenir être obligatoires pour l'ouverture ou l'exploitation d'un établissement de la profession. »

Complétant leur pensée, les Pâtisiers de la zone occupée pensèrent qu'il était utile de s'occuper immédiatement des conditions d'obtention du brevet de maîtrise, afin d'être prêt au moment opportun. Dans ce but ils nommèrent une commission chargée d'établir le programme du brevet. Rien n'est encore fixé, mais les premiers renseignements recueillis indiquent les bases suivantes :

a) pour les patrons ou ouvriers déjà en place depuis plusieurs années et âgés de plus de 35 ans, le brevet sera accordé après enquête, sur la demande qu'ils devront formuler dans un certain délai;

b) Ceux qui ne remplissent pas ces conditions devront passer un examen dont les détails ne sont pas encore déterminés. Ils devront, de plus, exécuter un « chef-d'œuvre ».

L'Ancien Régime laisse, on le voit, des traces certaines dans la réglementation en cours d'élaboration : le « chef-d'œuvre » retrouve aujourd'hui une place de choix dans les projets de Charte.

Bien que le projet de Charte des Pâtisiers ne soit pas définitif, puisqu'élaboré par une partie seulement des intéressés, nous avons trouvé, en l'analysant, des données utiles sur la façon dont certains professionnels envisagent l'avenir de leur métier.

2° *La Boulangerie*

Nous nous étendrons moins sur les travaux de la Boulangerie; nous y retrouvons en effet des réglementations déjà étudiées dans le projet de Charte des Pâtisiers et qui ne font qu'obéir aux directives générales de la Charte du Travail.

Les Boulangers ont éprouvé les mêmes difficultés que les Pâtisseries par suite de la division de la France en zone occupée et en zone non occupée. Mais ici l'accord règne. Les Boulangers de la zone non occupée sont certes dans l'obligation d'avoir des réunions spéciales, mais ils reconnaissent l'autorité de la Fédération de la Boulangerie de Paris et lui soumettent leurs desiderata. C'est dans cet esprit qu'ils ont mis au point un avant-projet de Charte corporative, établie à Marseille le 9 décembre 1941 par la Corporation des Boulangers et Boulangers-Pâtisseries (voir journal « La Boulangerie de Lyon et du Sud-Est », n° du 15 décembre 1941).

Signalons pour plus de compréhension que la Fédération des Boulangers groupe non seulement les Boulangers, mais aussi les Boulangers-Pâtisseries, tandis que la Confédération des Pâtisseries ne groupe que les Pâtisseries et Confiseurs. On classe sous la rubrique « Boulangers-Pâtisseries » ceux qui vendent de la boulangerie et de la pâtisserie soit dans le même magasin de vente, soit dans des magasins distincts.

C'est parce qu'il est destiné à l'agrément de la Fédération des Boulangers de Paris que le travail adopté à Marseille porte le titre « d'avant-projet ». Il ne deviendra le « projet » de Charte Corporative de la Boulangerie française que lorsqu'il aura été agréé à Paris.

Lors de la réunion de Marseille, le délégué de la vice-présidence du Conseil a indiqué ce qu'il fallait entendre par Charte corporative, qu'il ne faut pas confondre avec la Charte du Travail proprement dite. Il a précisé que la Charte du Travail promulguée récemment comporte l'organisation des professions, mais qu'elle laisse à certaines d'entre elles, et particulièrement aux professions artisanales, plus spécialement par son article 39, la possibilité de s'organiser elles-mêmes dans le cadre de la Charte du Travail, en proposant à l'agrément du Gouvernement une Charte corporative qui, par définition, doit être ajustée aux besoins spéciaux des professions, puisque ce sont les professionnels eux-mêmes qui se sont appliqués à la rédiger.

Les Boulangers, auteurs de l'avant-projet, ont mieux compris que les Pâtisseries l'esprit qui devait dominer la création de leur Charte. Ils la présentent ainsi :

« Si une Charte professionnelle de la Corporation a la possibilité de construire sans être dominée de façon excessive par l'idéologie, si elle a la sagesse

de comprendre la collaboration nécessaire avec les corporations dont les activités se chevauchent, elle aura seulement la possibilité de réaliser le premier de ses devoirs qui est celui d'organiser et de défendre la profession. »

L'avant-projet indique ensuite le statut de la Corporation : à la base, les syndicats locaux des patrons et du personnel de la Corporation, dont l'union forme la Corporation locale. Les deux syndicats ont le même siège : chacun d'eux peut délibérer séparément, mais ils ne peuvent valablement voter qu'en présence du Conseil corporatif local ou d'une délégation mixte de ce Conseil.

Les Conseils corporatifs locaux sont élus par les syndicats corporatifs locaux.

Suivant les directives pures de la Charte du Travail, l'avant-projet prévoit des Conseils corporatifs régionaux, émanation des Conseils locaux, et un Conseil national, émanation des Conseils régionaux.

Au sein de tous ces conseils, la représentation est mixte. Mais les représentants patronaux et ouvriers ne doivent pas se condenser exclusivement comme les mandataires de leur section d'origine. Leurs décisions sont libres et souveraines et ne peuvent faire l'objet d'un mandat impératif ou limitatif de la part des sections syndicales. On a voulu par là éviter les errements des anciens syndicats.

Quant à la composition des Conseils, l'avant-projet prévoit :

a) *pour le Conseil corporatif local* : 12 syndics dont 6 patrons, 6 ouvriers;

b) *pour le Conseil corporatif régional* : un syndic patron et un syndic ouvrier de chaque département. Toutefois, leur nombre devra être égal à douze, soit six patrons et six ouvriers.

c) *pour le Conseil corporatif national* : tous les présidents et vice-présidents des Conseils corporatifs régionaux.

Outre ces Conseils, on prévoit également des Conseils techniques économiques, existant aux stades régional et national, pour résoudre les problèmes essentiellement économiques.

Pour être éligibles, les conditions sont les suivantes :

a) les ouvriers doivent posséder leur brevet d'aptitude professionnelle et travailler dans la corporation en qualité de compagnon depuis au moins cinq

années. Pendant cette période, ils ne doivent pas avoir travaillé dans plus de cinq entreprises.

b) les patrons doivent posséder le brevet de maîtrise depuis cinq années et diriger la même entreprise depuis au moins trois années.

Quant à la formation professionnelle, elle consiste d'abord dans un apprentissage, sanctionné en fin de stage par un certificat d'aptitude professionnelle. On prévoit ensuite, s'il y a lieu, le compagnonnage. Enfin, la maîtrise : elle ne peut être acquise que par les ouvriers possédant leur brevet d'aptitude professionnelle depuis au moins deux ans, et ayant accompli le « chef-d'œuvre » dans les conditions fixées par le règlement intérieur.

Le brevet de maîtrise sanctionne la fin des études professionnelles et constate l'aptitude au patronat sur le plan moral et social.

Contrairement au projet des Pâtisseries, l'avant-projet que nous étudions dit que, pour le patron, la propriété du métier consiste d'abord à le mettre à l'abri des concurrences déloyales par la limitation des entreprises sous le contrôle de l'Etat, gardien de l'intérêt public.

On conçoit d'ailleurs plus facilement la limitation des boulangeries que celle des pâtisseries : l'avant-projet vient en quelque sorte rejoindre ici le projet de loi déposé à la Chambre des députés en 1935 et qui subordonnait l'ouverture de toute nouvelle boulangerie à une autorisation des pouvoirs publics. Nous avons vu que ce projet n'eut pas de suite.

Avec la future réglementation, la limitation des boulangeries sera une chose certaine. D'autres décisions impératives seront d'ailleurs prises et devront être respectées par tous puisqu'il est prévu que « les règlements corporatifs sont obligatoires pour tous les professionnels ».

Nous n'estimons pas utile d'analyser les autres projets de Charte actuellement en cours d'étude dans d'autres commerces d'alimentation. Bouchers et crémiers mettent eux aussi au point les réglementations qu'ils désireraient voir régir leur profession. D'ailleurs, à part quelques innovations ou adaptations dues aux conceptions modernes, on retrouve dans les projets actuels les idées qui dominaient les Corporations de l'Ancien Régime. C'est ce que nous montre le passage suivant concernant la Corporation des bouchers de Limoges. « Cette

Corporation fut abolie comme toutes les autres, par la loi Le Chapelier, en 1791, mais la confrérie resta entière. La tourmente n'atteignit pas la foi des bouchers limousins, elle sortit intacte de la fournaise pour arriver jusqu'à nous aussi vivante qu'autrefois. » (1)

Remontant aux origines de la Corporation, l'auteur signale que : « Le document le plus ancien date du commencement du XIII^e siècle. Les bouchers de Limoges étaient à cette époque, comme dans tout le reste de la France, organisés en Corporation. Ils étaient sous la surveillance des Consuls et des Bayles qui surveillaient particulièrement la qualité des viandes mises en vente.

Les Bayles étaient choisis parmi les membres de la Corporation, soit par les Bayles sortants, soit par les membres de la Corporation. Ils prêtaient serment de remplir leurs fonctions avec la plus grande loyauté.

A la moindre contestation entre les Bayles et les Consuls, quatre arbitres, nommés deux pour chaque partie, tranchaient les différends. D'ailleurs, le métier de boucher était soumis à des lois auxquelles tout maître boucher était obligé de se soumettre.

Un acte de 1533 conservé sur les registres consulaires indique les conditions exigées pour pouvoir exercer le métier.

« Ne sera loysible ne permis à aucun d'en user du métier de Boschier en la dite ville et faubourgs d'icelle, s'il n'est nâtif de la dite ville et fils de maître du dit mestier, né en loyal mariage : vefves des dits boschiers, tant que seront vefves, demeurant en la dite rue des boschiers par serviteur, pour tuer et appareiller les dictes chairs, que les dictes vendront à leurs charniers elles-mêmes ou feront vendre par un du dit mestier, ne exercer le dit mestier en ladite ville, faubbourg et vendre en détail aucunes grosses chairs... ne ailleurs que la boscherie publique ou lieu par ce ordonné. »

Les maîtres bouchers avaient le droit de former des apprentis.

(1) Chaudieu, La Corporation des Bouchers de Limoges encore vivante aujourd'hui (édition 1939).

Tout maître qui voulait prendre un apprenti devait donner des garanties de capacité, mais aussi et surtout de moralité. Les apprentis ne pouvaient travailler que pour leur maître jusqu'au moment où ils étaient aptes à remplir les conditions requises pour devenir à leur tour maîtres bouchers.

L'on constate que si parfois les corporations apportaient quelques entraves à la liberté, ce n'était que pour renforcer la capacité professionnelle et la moralité des maîtres.

Ils devaient approvisionner la ville de viande, renseigner les acheteurs sur la qualité, la nature de la marchandise et tuer les animaux dans leurs boucheries au vu et au su de tout le monde. »

A ne considérer que les textes, on trouve par conséquent une grande analogie dans les Chartes anciennes et les projets actuels. Certes, on a supprimé les principales clauses qui choqueraient aujourd'hui nos sentiments, car même sous le désir d'organisation, les principes de liberté réapparaissent : c'est la raison pour laquelle le droit au métier n'est pas réservé, dans les textes, aux fils de « maîtres ». On accorde théoriquement aux ouvriers le droit de devenir patron : mais le pourront-ils, pratiquement, le jour où les commerces seront en nombre limité et où les titulaires seront, comme autrefois, plus disposés à les céder à des amis ou à des parents qu'à des inconnus ?

Chose curieuse, dans les réunions où les projets se discutent actuellement, ce sont les anciens ouvriers qui, grâce au régime libéral, ont pu devenir des patrons qui se font aujourd'hui les défenseurs les plus acharnés de la propriété de leur commerce. Pensent-ils vraiment, sous le déploiement d'idées généreuses de moralité et de solidarité qui ornent les projets de Charte, donner aux jeunes les possibilités de faire preuve de leurs qualités et d'atteindre le but qu'eux ont atteint ?

Peut-être faut-il plutôt y voir une preuve d'égoïsme qui réservera aux Corporations futures le même sort qu'à celles qui les ont précédées.

Dans son livre « La mystique du Corporatisme », P. Jolly rappelle fort à propos l'histoire du charron qui vantait beaucoup les avantages du rétablissement des jurandes. Après lui avoir signalé qu'il faudrait payer la maîtrise comme autrefois, ce qui ne le gênerait pas parce qu'il avait assez d'argent, on lui posa cette question : « Mais si vous aviez été obligé d'acheter une maîtrise

lorsque vous avez commencé votre établissement, et que vous ne l'eussiez pu, auriez-vous trouvé les jurandes si utiles ? » Le charron ne sut que répondre.

A plusieurs années d'intervalle, la même question se pose et ne peut être résolue d'une autre façon.

CONCLUSION

Dans la période actuelle de guerre et à la suite des années de trouble qui la précédèrent, un discrédit frappe le régime ancien. On le rend responsable de tous nos maux. Les reproches politiques s'ajoutent aux reproches économiques et chacun éprouve un besoin de régénération nationale.

Mais l'interpénétration de l'économique et du politique existe et toute action sur l'un provoque une réaction sur l'autre.

Notre étude a été principalement économique : nous avons examiné les principes de liberté qui régissaient le Droit commercial et, après avoir abordé le problème de la réglementation, nous avons étudié la marche rapide vers l'interventionnisme, conséquence des moments difficiles que nous traversons.

Les reproches adressés à l'école libérale ont été nombreux et nul doute que, même en période normale, nous aurions assisté à une transformation de certains principes. Les circonstances présentes n'ont fait que précipiter et accentuer cette évolution.

L'idée qui domine, c'est qu'une réforme d'ordre moral s'impose. La grande liberté laissée à l'individu n'aurait pas eu de bons résultats : « l'ordre naturel » des libéraux n'aurait ni les vertus, ni les pouvoirs que ces derniers lui attribuent.

C'est dans l'esprit même qui domine la Charte du Travail du 4 octobre 1941 que les apôtres de la coopération présentaient depuis longtemps leur théorie économique.

Dans le cours professé au Collège de France en 1923-24, M. Gide dit que « les coopérateurs » ne peuvent croire à l'existence d'un ordre naturel et d'une organisation naturelle qui dispenseraient d'en chercher une plus rationnelle. Ils ne peuvent croire que la loi de l'offre et de la demande suffise à assurer le juste prix, ni que la concurrence, même en la supposant libre, puisse ramener les profits à un taux normal, ni que les conditions tendent d'elles-mêmes à l'égalité. Les coopérateurs, quand ils regardent ce qui se passe dans le monde, y voient beaucoup plus souvent le conflit que l'harmonie, ou si vous voulez,

la haine y est plus naturelle que l'entr'aide. Ils ne croient donc pas que le remède puisse être cherché dans la concurrence qui n'est, elle aussi, qu'une forme de la lutte, mais dans la solidarité ». (1)

Pour atteindre le but social ainsi défini, l'Etat favorisa la création de Coopératives : elles bénéficièrent de l'exonération de taxes frappant le commerce normal et purent ainsi sans difficulté créer de nombreux magasins de vente.

Pratiquement, les Coopératives n'ont pas rempli leur rôle. Peu à peu, on s'aperçut qu'il était illogique de leur accorder les avantages dont elles bénéficiaient; elles se sont trouvées dans des conditions analogues à celles du commerce normal et n'ont alors rien fait de mieux que lui. « Il est apparu à l'expérience que la coopération ne pourra que faiblement abaisser le prix des objets, tant qu'elle limitera son activité à la sphère commerciale. » (2)

Ainsi on reconnaît l'échec du système coopératif au point de vue commercial, mais on a confiance dans « l'ordre coopératif »; si le système n'a pas réussi, c'est parce que l'expérience n'a pas été totale. Tout comme les libéraux voulaient que la concurrence soit entièrement libre pour donner de bons résultats, les coopérateurs veulent que le système coopératif soit appliqué à toutes les sphères d'activité pour en obtenir tous les résultats attendus.

C'est dans le même esprit de réaction contre le désordre que le Corporatisme se présente. Comme le système précédent, il s'appuie sur des idées de solidarité et de morale. Beaucoup comptent sur lui pour réorganiser le milieu économique et arriver ainsi, en retrouvant l'ordre moral, à atteindre la paix sociale qui doit être le but suprême de toute organisation.

Tout d'abord, une discipline sociale s'impose : il faut pour cela une mutuelle compréhension des droits et des devoirs de chacun. C'est cet esprit que la Charte du Travail cherche à faire naître en faisant appel aux Corporations. Pour apaiser les doutes que cette terminologie ancienne crée chez certains, on nous assure qu'il n'est nullement question de restaurer la corporation d'antan. On veut surtout trouver dans ce terme ce qui représente « une solide organisation professionnelle, une discipline salubre et une bonne entente profitable à tous ».

(1) Gide, « Le programme coopératiste », 2^e édit., p. 34-35.

(2) Lavergne, La primauté du consommateur.

Malgré cette assurance, il est curieux de rencontrer dans le projet de Charte des Pâtisiers de 1941, les mêmes désirs formulés par les marchands de vin de Paris lorsqu'en 1805 ils adressèrent au gouvernement une pétition tendant à obtenir l'autorisation de rétablir leur ancienne corporation : « Toute personne exerçant la profession de marchand de vin et qui y joint une ou plusieurs autres branches de commerce, sera tenue d'opter... sous peine de confiscation de tous ses vins et de telle amende qu'il plaira à justice d'ordonner. » (1)

Pense-t-on vraiment ne pas voir à nouveau les querelles anciennes entre corporations quand le même auteur nous rappelle qu'en 1933 une grève survint à Washington, provoquée « par un conflit entre deux organisations, celle des charpentiers et celle des ouvriers du fer, lesquelles se disputaient au sujet de savoir quelle corporation avait le droit d'installer des couvercles de radiateurs au ministère du Travail, alors en construction ».

Certes, cela peut être évité, mais seulement si l'on consacre l'omnipotence de l'Etat sur l'Economie. Les exemples étrangers nous renseignent suffisamment à ce sujet : « Ce même corporatisme étranger est synonyme d'étatisme et d'insupportable caporalisation, d'une caporalisation qui serait odieuse à ses plus chauds admirateurs français. » (2)

L'auteur ajoute que ce corporatisme est générateur de bureaucraties prolifiques. Faut-il voir dans les Comités d'organisation et les bureaux nationaux de répartition, les signes annoncés par P. Jolly ? La nouvelle organisation française n'est pas encore définitive, mais en se basant sur ce qui a été réalisé, tout semble lui donner raison. Seules les circonstances exceptionnelles dans lesquelles nous vivons, et le qualificatif de « provisoire » indiqué dans la loi du 16 août 1940, peuvent nous laisser un espoir d'avenir meilleur.

Ce qui séduit beaucoup de personnes dans le corporatisme, c'est qu'il représente une garantie de la profession. On oublie que s'il est toujours facile de demander et quelquefois d'obtenir une réglementation, il est beaucoup plus difficile d'arrêter l'intervention.

En Italie, la liberté n'est pas théoriquement supprimée, mais en fait elle est contrôlée et dirigée dans le sens de l'intérêt supérieur de la nation. C'est ce qu'écrit M. Giovanni Gentile dans son essence de l'Etat fasciste : « Il n'existe pas un Etat libéral qui réalise la liberté des individus et un Etat fasciste qui

(1) Jolly, La mystique du corporatisme, p. 64-65.

(2) Jolly, La mystique du corporatisme, p. 232.

supprime ces libertés. Il existe, au contraire, un concept et une définition fasciste de celle-ci. » Ce qui revient à dire que l'initiative privée ne peut s'exercer que dans le sens voulu par l'Etat : elle n'est plus libre, au sens absolu du mot.

Pourtant, malgré les exemples étrangers, des partisans du corporatisme se refusent à y voir une emprise toujours plus grande de l'Etat. Des journaux professionnels réclament le corporatisme pour sauver le petit et moyen commerce « pris dans le mors de l'étau du grand *capitalisme* centralisant de plus en plus les moyens de production et d'échange, enlevant leur fonction sociale aux petits commerçants et aux artisans, et les privant de leurs maigres avoirs, et le *collectivisme* qui monopolise ces mêmes ressources de richesses au profit de l'Etat ou des coopératives ». (1)

A notre avis, ce qui a faussé les conceptions libérales, c'est la notion de personnalité morale qui a eu pour effet de faire disparaître la responsabilité individuelle. En attribuant par exemple aux sociétés anonymes une personnalité fictive, on a ouvert la porte à bien des abus. Le grand capitalisme signalé plus haut en est une conséquence. Il est vrai que durant ces dernières années, on a voulu corriger ce que ce système avait de trop libéral, mais on avait oublié pendant trop longtemps que la règle de droit a toujours en vue des buts sociaux et que les pouvoirs qu'elle crée à cet effet ne peuvent être remis qu'à des individus capables de les utiliser et susceptibles de responsabilité.

Par le corporatisme, on veut précisément redonner à l'individu, au professionnel un rôle primordial. L'efficacité de la réforme dépendra des moyens que l'on utilisera dans son application.

Nous avons vu que les commerces d'alimentation ont immédiatement mis à l'étude des projets de Charte corporative, mais à l'heure actuelle on ne peut encore en tirer de solides conclusions. Chacun paraît animé du meilleur esprit, mais voit surtout ce qu'il y a de réconfortant dans la protection des professions. La limitation de la concurrence et du nombre des commerces attire la sympathie de beaucoup de commerçants. Certes, « de tous temps, il fallut se prémunir contre les abus d'une compétition effrénée par des limitations de l'indépendance individuelle. De tous temps, on a dû veiller à une combinaison judicieuse de l'égoïsme et de l'altruisme, mobiles fondamentaux et inséparables, afin d'empêcher que le premier ne prît une importance excessive nuisible au bien-être général ». (2)

(1) Journal de la Boucherie, 5 décembre 1936.

(2) L. Decheene, Le Capitalisme, la libre concurrence et l'économie dirigée, p. 80.

Mais ne faut-il pas craindre, en dehors des bureaucraties et de l'évolution politique qui en sont les conséquences certaines, que le système corporatif ne crée une nouvelle sorte d'égoïsme et ne soit surtout une cause de cristallisation de l'Economie.

La politique de dirigisme instituée par la loi du 16 août 1940 n'a de sens que pour un pays industriel et de grande production. Elle n'en aura pas en France où les produits de qualité constituent une part importante de nos fabrications, si on veut en faire une politique d'économie dirigée totale.

Si certaines activités économiques peuvent être aisément dirigées, la grande industrie par exemple, d'autres doivent bénéficier d'un « secteur libre ».

Il ne faut pas, en effet, que cette direction, qu'elle soit corporative proprement dite, ou étatiste, vienne annihiler l'activité individuelle en supprimant toute concurrence, concurrence au sujet de laquelle Stuart Mill disait qu'elle peut ne pas être le stimulant le plus honnête que l'on puisse concevoir, mais que c'est un stimulant indispensable.

Enfin, n'oublions pas, absorbé par le problème commercial, que la réglementation et la restriction de la liberté de la profession risquent fort d'être le prélude d'une réglementation de la liberté proprement dite.

VU : *Le Président de la Thèse,*

L. BAUDIN.

VU : *Le Doyen,*

G. RIPERT.

VU et permis d'imprimer :
Le Recteur de l'Académie de Paris,

GILBERT GIDEL.



ANNEXE

PROJET de CHARTE CORPORATIVE du Métier de Pâtissier-Confiseur ⁽¹⁾

I

DÉFINITION DU MÉTIER DU PÂTISSIER-CONFISEUR ET DE SON CHAMP D'ACTION

1° Avec du sucre, du miel, du glucose, de la farine, des semoules, du lait, du beurre, des matières grasses, des œufs, des fruits frais, confits et secs, du chocolat, du cacao et des arômes, le pâtissier-confiseur prépare, avec la collaboration de ses aides, dans son laboratoire artisanal, les produits qu'il destine à la vente : la pâtisserie fraîche, y compris les glaces, les sorbets, les crèmes fouettées et la pâtisserie sèche; la confiserie au sucre, y compris les dragées, les fruits confits, les confitures, les sirops, et la confiserie au chocolat; des hors-d'œuvre et des plats cuisinés.

Pour compléter son activité commerciale, il vend, en outre, avec le concours de ses employés : des chocolats, des fruits confits et de la biscuiterie fabriquée industriellement.

Ces produits devront être vendus à qualité et avec mention d'origine sur l'emballage.

Il peut vendre ces divers produits à consommer sur place. Il adjoint quelquefois à leur dégustation : une dégustation de thé, de café, de chocolat, de boissons hygiéniques et de vins doux naturels.

Lorsque les éléments de la clientèle le permettent, des professionnels peuvent se spécialiser et n'exercer qu'une partie de ces activités.

2° L'exercice de la pâtisserie est réservé aux pâtissiers-confiseurs exerçant exclusivement leur profession. Dans l'avenir, il sera réservé aux professionnels qualifiés par des brevets de capacité.

Ils doivent préparer et vendre les produits de leur industrie dans un local affecté à ce seul usage.

Toutefois, pendant la période transitoire fixée par le paragraphe 4 ci-dessous, la fabrication et la vente de la panification ne modifieront pas l'usage du local pour les pâtissiers-confiseurs établis avant la promulgation de la présente Charte.

Les pâtissiers-confiseurs seront responsables de la qualité des matières employées et de l'hygiène générale de l'exploitation.

3° Cependant, conjointement avec les pâtissiers-confiseurs, les boulangers peuvent fabriquer et vendre des spécialités locales en pâtes à levain, nettement déterminées et définies par région, à la condition que la fabrication de ces spécialités n'absorbe pas plus de 20 % du poids total du produit en éléments autres que la farine : sucre, œufs, matières grasses, fruits.

4° Les boulangers qui ont adjoint à leur commerce un rayon de pâtisserie dont l'exploitation a motivé la création d'un laboratoire distinct du fournil, ou muni de fours spéciaux pour la pâtisserie et d'un appareillage mécanique suffisant, pourront continuer l'exercice de la pâtisserie à la condition que sa valeur en recettes ait été pendant les années 1937 et 1938 supérieure au tiers de leurs recettes globales. Ils devront se soumettre aux disciplines professionnelles, qualitatives et sociales, imposées dans la Corporation de la pâtisserie-confiserie.

Dans ce cas, le boulanger devra appliquer à son personnel les conditions sociales les plus onéreuses; soit celles de la pâtisserie-confiserie, soit celles de la boulangerie.

Il sera tenu d'acquitter les redevances corporatives propres à chacun des métiers.

Son exploitation sera soumise au paiement d'une double patente égale en valeur aux patentes auxquelles seraient imposés les deux commerces s'ils étaient séparés.

Dix ans après la promulgation de la présente charte, l'exercice simultané des deux métiers ne pourra se poursuivre qu'à la condition qu'il se produise dans deux magasins et deux laboratoires indépendants destinés, les uns à la pâtisserie, les autres à la boulangerie.

Les conditions de ce dernier alinéa sont immédiatement applicables pour toutes les nouvelles installations de boulangerie-pâtisserie ou de pâtisserie-boulangerie qui pourraient être autorisées.

L'autorisation de créer un fonds de boulangerie-pâtisserie ou de pâtisserie-boulangerie ne pourra être délivrée qu'à des personnes qualifiées pour exercer les deux métiers.

Un apprentissage régulier et un exercice contrôlé où, par la suite, la production des brevets de capacité, en fourniront la preuve.

5° Les commerces de l'alimentation générale : boulangerie, épicerie, crèmerie, confi-

(1) Le Pâtissier français, N° de juillet-août 1941.

serie au détail, peuvent vendre de la biscuiterie industrielle, à l'exception de tous articles de pâtisserie.

Les articles de la biscuiterie industrielle devront être vendus sous un emballage spécial et ne jamais comprendre : petits fours aux amandes et noisettes, gâteaux, cakes, etc..., qui sont avec les biscuits au beurre ou au lait frais, préparés par les pâtisseries des pâtisseries.

Ils peuvent faire négoce de chocolats à l'exception de la bonbonnerie au chocolat.

Ils peuvent également vendre de la confiserie au sucre, hormis les bonbons enveloppés et les pâtes de fruits aux parfums naturels, les dragées aux amandes, aux noisettes ou aux pistaches, et le nougat garantissant pur miel, sucre, amandes ou noisettes dont la vente est réservée aux pâtisseries-confiseurs.

Toutefois, ces articles pourront être vendus par des maisons d'alimentation générale, dans les localités où il n'existe pas de pâtisseries-confiseurs, et dans les agglomérations urbaines où aucun pâtissier-confiseur ne se situe dans un rayon de cinq cent mètres.

6° La préparation et la vente des glaces ne peuvent être exécutées que par des pâtisseries-confiseurs ou des glaciers spécialisés.

Seule la dégustation des glaces demeure autorisée dans les bars, cafés, restaurants, hôtels, salons de thé et cinémas.

Les restaurants, hôtels, salons de thé peuvent préparer des glaces, à la condition que ces fabrications soient consommées sur place ou dans le commerce.

7° Par dérogation à la réglementation générale ci-dessus, et à la condition que la préparation et la vente de ces articles répondent aux règles professionnelles, des marchands ambulants et forains peuvent être autorisés à préparer et à vendre des glaces et de la confiserie.

Leur nombre sera fixé par les Pouvoirs Publics en accord avec les Syndicats intéressés.

Le droit de vendre en ambulance ne sera accordé qu'à des nécessiteux.

Cette faculté sera limitée à une autorisation par famille. Le titulaire sera tenu d'exercer en personne. Sous peine de retrait du permis de vendre, son indépendance devra être totale à l'égard de ses fournisseurs. Il n'aura pas le droit d'employer du personnel. Toutefois, s'il s'agit d'un invalide, il pourra bénéficier de l'aide d'une personne pour tous les travaux de force.

II

STRUCTURE DE LA CORPORATION

a) L'ORGANISATION CORPORATIVE

La Corporation de la pâtisserie-confiserie est formée par l'ensemble des personnes exerçant le métier ou une partie spécialisée du métier : artisans patentés et ouvriers qualifiés.

Les professionnels ont voix délibérative. Les boulangers-pâtisseries et le personnel employé dans leurs établissements n'ont qu'une voix consultative. Ils ne peuvent, de ce fait, exercer une fonction électorale.

La Corporation épousera l'unité administrative du pays. Elle sera régionale, si possible, et nationale.

A l'échelon régional, elle se divisera en sections locales administrées et représentées par des délégations mixtes.

La Corporation sera divisée en deux sections : une section patronale, une section ouvrière.

Chacune de ces sections devra utiliser obligatoirement le même siège social et ne pourra délibérer qu'en présence du Conseil corporatif ou d'une délégation mixte de ce Conseil.

Les Fédérations régionales

Chacune des sections régionales sera administrée par cinq membres élus aux fonctions de Président, Vice-Président, Secrétaire, Trésorier et Archiviste.

Le Conseil corporatif régional sera constitué par la réunion des membres élus des deux sections.

Une fois l'an, en Assemblée plénière, les membres de la région entendront leur Comité rendre compte de son activité. Ils en jugeront et approuveront la comptabilité des œuvres sociales du métier.

Election des Conseils

L'élection des Conseils corporatifs aura lieu annuellement, trente jours après la Sainte Geneviève. Les élections se feront dans chaque section, à bulletin secret, et à 8 jours d'intervalle, les employés élisant leurs représentants les premiers. Le Conseil de la section ouvrière comprendra obligatoirement du personnel de fabrication et du personnel de vente.

Seuls, seront électeurs et éligibles, les membres de la Corporation exerçant depuis au moins cinq ans. Ils devront être Français, être majeurs, et n'avoir jamais encouru une condamnation pénale.

La présidence du Conseil corporatif de la région sera assurée, de droit, par un membre élu, désigné parmi les employeurs. Il sera assisté par un premier Vice-Président ouvrier et par un deuxième Vice-Président patron. Un membre Trésorier, un membre Secrétaire et un membre Archiviste seront désignés, au choix.

Le Conseil corporatif régional se réunira au moins une fois par trimestre, et, extraordinairement, sur convocation de son Président, ou à la demande de la majorité des membres de l'une des sections.

Le Conseil national de la Corporation

Dans leur première réunion annuelle, les Conseils corporatifs de régions désigneront un de leurs membres ouvriers et un de leurs membres patrons pour les représenter et former le Conseil national de la Corporation, dont la présidence et les vice-présidences seront assurées de la même manière qu'à l'échelon régional.

Ces délégués auront dans le Conseil national de la Corporation autant de voix qu'ils représenteront de membres, chaque section votant toujours séparément.

Les titulaires des diverses fonctions corporatives seront nommés pour un an, et rééligibles.

Trésorerie

La Trésorerie de la Corporation sera assurée :

a) par une cotisation ouvrière fixe de 60 francs par an;

b) par une cotisation patronale égale à la valeur de la cotisation ouvrière, multipliée par le nombre de personnes occupées dans l'entreprise (le patron et son épouse compris, les apprentis exceptés).

Un règlement intérieur répartira la part de cette trésorerie revenant à chacun des organismes ainsi constitués.

Patrimoine Corporatif

Une cotisation ouvrière basée sur le salaire et une cotisation patronale qui pourra être égale au vingtième de la patente, formeront le patrimoine corporatif destiné à soutenir les œuvres d'assistance professionnelles qui seront créées.

Ces cotisations seront établies le premier mois de l'année. Elles seront justifiées par la présentation obligatoire du dernier feuillet trimestriel des déclarations de salaires aux assurances sociales et de la dernière patente. Elles pourront être acquittées en totalité ou trimestriellement. En cas de retard, elles seront exigibles par autorité de justice, et seront considérées comme créances privilégiées de deuxième rang.

b) OBJET DE LA CORPORATION

Attribution des sections patronales

Les sections patronales de la Corporation auront parmi leurs principales attributions :

— l'étude des problèmes particuliers de la profession;

— la défense des intérêts économiques et sociaux de leurs membres;

— la sauvegarde de la qualité;

— l'élaboration à l'échelon local ou régional d'un barème des prix minimum pour réaliser « un juste prix » et accorder « un juste salaire »;

— la police de l'ordre professionnel qu'ainsi elles concevront.

Attributions des sections ouvrières

Les sections ouvrières partageront avec les sections patronales :

— l'étude des problèmes du métier;

— la défense des intérêts de leurs membres et, par leurs Conseils ou leurs « magistrats », leurs représentations devant les Conseils corporatifs.

Attribution des Conseils corporatifs régionaux et des délégations locales

Les Conseils mixtes de la Corporation auront :

1° Parmi les attributions économiques :

— la garde du métier;

— la lutte contre l'anonymat des entreprises;

— le contrôle et la limitation de la main-d'œuvre étrangère;

2° Parmi les attributions sociales :

— l'organisation de l'apprentissage et de l'enseignement technique supérieur;

— l'élaboration des conventions du travail;

— l'administration des œuvres sociales particulières au métier;

— la représentation du métier auprès des administrations publiques ou privées des œuvres sociales auxquelles la Corporation s'intéressera.

Rôle du Conseil national de la Corporation

Le Conseil National de la Corporation représentera le métier auprès de l'Etat. Il aura la charge de transmettre aux Fédérations les directives que son Assemblée pourra émettre. Il coordonnera l'action économique et sociale des Fédérations. Il sera enfin le conciliateur et l'arbitre des litiges qui pourraient se produire entre les Conseils régionaux et les Délégations locales, entre les sections ouvrières et patronales des régions.

c) LA COLLABORATION PATRONALE

ET OUVRIÈRE

La Corporation doit assurer la propriété du métier à ses patrons et à ses ouvriers.

C'est donc la formation professionnelle de l'ouvrier qui doit faire l'objet de son premier souci.

Patrons et employés ont le devoir de collaborer intimement dans l'œuvre de l'apprentissage et de l'enseignement technique supérieur.

Contrat d'apprentissage

Les contrats d'apprentissage doivent être généralisés. Leurs conventions doivent protéger l'apprenti contre des courses abusives ou de travaux de propriété étrangers à la bonne tenue du laboratoire.

Les apprentis devront être agréés par le Conseil médical de la Corporation.

Durée de l'apprentissage

* La durée de l'apprentissage sera de trois années. La fin de l'apprentissage sera sanctionnée par un examen présidé par un jury paritaire.

Brevets de capacité

Dès qu'il sera en possession du certificat d'aptitude professionnelle, l'apprenti devra pouvoir suivre des cours supérieurs de complément. Après trois nouvelles années d'exercice, il pourra accéder à la maîtrise dans des conditions identiques à l'examen du premier degré.

Livret de travail

Un livret de travail immatriculé suivra obligatoirement l'ouvrier dans son apprentissage et dans tous ses déplacements.

S'il ne présente pas un livret à jour, l'ouvrier ne pourra pas être embauché.

La rédaction de ce livret incombe obligatoirement à l'employeur.

Formation professionnelle

La formation professionnelle de l'ouvrier pâtissier - confiseur devra obligatoirement comprendre l'étude des quatre branches qui forment son métier : la pâtisserie, la confiserie au sucre, la confiserie au chocolat, et des notions élémentaires sur la cuisine du traiteur.

Son enseignement perfectionné dans les cours d'apprentissage et les cours supérieurs, qui devront être créés s'ils ne le sont déjà dans toutes les régions, devra s'étendre à la composition chimique des matières premières et à leurs propriétés dans la physiologie humaine.

Il sera complété par des leçons sur l'exercice commercial de la profession.

La propriété du métier

Les brevets ainsi acquis donneront droit à l'exercice du métier. Ils assureront aux patrons la propriété du métier; aux ouvriers, cette même propriété consacrée par le droit au travail.

Perfectionnement professionnel du personnel de vente

Le personnel féminin assumant la vente sera soumis à un apprentissage de deux années.

Les commises engagées en cette qualité devront avoir seize ans au moins. Leurs employeurs devront veiller à ce qu'elles suivent assidument les cours d'une école de vendeuse organisée par la profession, ou interprofessionnellement.

Elles recevront des leçons d'étalagistes et des notions sur l'exercice commercial de la profession : propreté de la maison, fraîcheur et présentation agréable des produits, amabilité de l'offre, qualité de la rubannerie, tenue d'une caisse, etc...

Embauche

L'embauche des employés devra se faire au siège des délégations locales ou des Fédérations régionales.

Toutes demandes et offres d'emplois devront être adressées au siège de ces organisations. Elles seront consignées sur un registre, et si elles n'ont pu être satisfaites, elles seront communiquées tous les quinze jours par lettres recommandées, aux organisations régionales de la Corporation et au Comité national qui les centralisera.

Ainsi les mouvements du marché du travail pourront être connus et toutes mesures contractuelles être prises avec les métiers connexes pour atténuer le chômage ou compléter une main-d'œuvre déficitaire dans un secteur.

Les frais de voyage d'un employé demandé par un patron seront à la charge de ce dernier.

Si l'employé est obligé de se déplacer pour occuper un emploi, il sera couvert de ses débours par l'Office de la Corporation. Dans ce cas, avant d'avoir droit à un concours nouveau, il devra justifier qu'il a tenu au moins pendant six mois la place qu'il devait

à l'entremise de la Corporation, sauf cas de force majeure.

Les conventions du travail

Dans le cadre des lois, les rapports du travail entre patrons et employés seront réglés par des conventions.

Leurs clauses générales seront élaborées à l'échelon national. Elles devront tenir compte des particularités techniques ou commerciales du métier.

Des clauses particulières, en rapport avec les besoins de la région ou de la cité, seront rédigées à l'échelon régional ou à l'échelon local.

Durée du travail

La durée du travail dans la profession sera fixée par les Conseils mixtes régionaux, conformément aux usages locaux.

Le métier de pâtissier-confiseur est fait de « coups de feu ». Il est souvent saisonnier.

La durée du travail dans la journée devra atteindre une certaine amplitude.

La récupération des heures perdues dans les périodes creuses devra pouvoir s'effectuer pendant la saison.

Les Salaires

De même que la fixation de prix minima assurera « un juste prix » de vente, les conventions garantiront aux employés « un juste salaire ».

Discipline du travail

Les conventions devront créer une magistrature du travail chargée de concilier les différends individuels ou collectifs qui pourront s'élever dans l'interprétation des règles concernant le travail.

Ces organes de justice devront réprimer les délits du travail et protéger l'éducation professionnelle des apprentis.

Accession de l'ouvrier à la condition patronale

La Corporation, s'opposant aux excès du libéralisme qui a rejeté le prolétaire dans l'incertitude et dans la dépendance, doit permettre l'émancipation du plus grand nombre d'ouvriers.

Si elle désire rendre aux professionnels qualifiés la propriété de leur métier, elle s'oppose à une limitation rigoureuse du nombre des entreprises.

Quiconque possède son métier par la formation qu'il a reçue à cet effet a le droit de l'exercer dans l'indépendance. La Corporation doit le faciliter.

Pour accéder à la condition patronale, l'ouvrier devra justifier de sa maîtrise. Il sera majeur et, s'il n'est pas marié, il ne pourra s'établir avant d'avoir trente ans révolus.

La mise en vente d'un fonds de commerce pourra être gratuitement affichée dans les locaux corporatifs. Elle devra être obligatoirement déclarée, sous le sceau du secret, au Président du Conseil corporatif régional.

Le Président pourra ainsi diriger vers une entreprise qu'il saura saine, le maître désireux de s'établir.

Sous l'aval du Conseil, des préfets judiciaires, échelonnés dans le temps, et d'un faible intérêt, pourront lui être accordés.

Une caisse de crédit commercial et artisanal, qui reste à créer, donnera à la Corporation les possibilités financières nécessaires à cet objet.

En ce cas, la vente du fonds de commerce devra se faire sous le contrôle gratuit du Président du Conseil Corporatif Régional.

D'une manière générale, dans la rédaction des actes de vente, seront déclarées nulles toutes conventions lésionnelles à l'égard de quiconque ou de tous organismes étrangers ou non à la Corporation.

Si, pour une raison indépendante de sa volonté — maladie, accident, mort du maître ou de son épouse — l'acquéreur du fonds, son épouse ou ses enfants ne peuvent honorer l'une des échéances, ils seront garantis par la Corporation contre l'action résolutoire du créancier.

Ce prêt de la Corporation fera l'objet d'une hypothèque de premier rang.

L'intervention de la Corporation ou de son Président sera rigoureusement gratuite.

Une infraction à cette règle exposerait la Corporation ou son Président à des poursuites judiciaires.

Tour de France

Les jeunes ouvriers ou les fils de patron célibataires qui, leur apprentissage terminé, désireraient faire « leur tour de France », devront en informer le Conseil régional.

Les Fédérations transmettront ces demandes au Conseil national qui les diffusera dans les régions.

L'aide la plus grande sera accordée aux jeunes compagnons. Ils seront placés par priorité dans les emplois vacants.

D'autre part, les maisons occupant plus de cinq ouvriers devront obligatoirement réserver une place, par cinq ouvriers employés, en faveur de ces jeunes gens.

Les jeunes compagnons devront tenir cet emploi six mois au moins.

Par les soins des délégations locales, ils seront mis en relations avec les Groupements de jeunesse constitués dans chaque cité, entre fils de patrons et ouvriers.

Groupements de jeunesse

Outre les sentiments d'amitié et de solidarité qu'ils contribueront à développer entre leurs membres, ces groupements auront pour buts l'exercice de la culture physique et la pratique des sports.

Pour leur permettre de remplir utilement leur mission, un jour par semaine, fixé localement, sera légalement chômé dans chaque profession.

La solidarité corporative

Des mutuelles corporatives ou inter-corporatives pourront compléter les mesures so-

ciales de prévoyance en couvrant les ouvriers et les patrons contre les risques des accidents en dehors du travail, de la maladie, du décès. Les secours ainsi acquis ne seront pas distribués par une caisse anonyme, mais, par les soins de la Corporation.

Le patrimoine corporatif devra participer au mouvement de solidarité qui doit affermir l'union indispensable des Français par l'institution d'œuvres sociales particulières au métier ou à la famille professionnelle des métiers : don de layettes, arbres de Noël, colonies enfantines de vacances, maison de repos, secours de convalescence, jardins ouvriers, et pour l'instant encore, secours aux prisonniers.

Secours au chômage

Dans tous les cas où pour une raison indépendante de sa volonté — fin de contrat, fermeture de l'entreprise, etc... — un ouvrier qualifié se trouvera sans travail, il sera pris en charge par la Corporation dans la limite des possibilités du patrimoine corporatif, conformément aux règles qui seront établies par les Commissions mixtes régionales.

Ces réglementations devront permettre d'indemniser les pères de famille en considération de leurs charges de famille.

III

LA CORPORATION EN FACE DE LA SOCIÉTÉ

Poids et mesures

Le commerce doit être honnête. Les poids et mesures utilisés dans la Corporation seront, sur l'ensemble du territoire français, conformes au système métrique.

Les ventes seront faites au poids net; emballages, en certains cas, consignés ou vendus à la valeur marquée.

Fraude

La fraude doit être réprimée. Les matières premières consommées dans la Corporation sont toutes riches en calories et en vitamines. Elles fournissent à l'organisme humain, les unes ou les autres : les protides, les glucides, les lipides et les sels minéraux qui lui sont nécessaires.

Les soins que le métier apporte à leur amalgame, les procédés de fabrication, la présentation même des gâteaux et des friandises doivent conserver aux produits le maximum de leurs propriétés.

Il sera sage de protéger la délicatesse des friandises et leur valeur nutritive, particulièrement à l'égard des enfants et des adultes, en établissant un « codex » des matières premières et de leur usage.

Cette règle devra demeurer assez souple pour permettre à l'initiative du praticien de se manifester dans la recherche, la découverte et l'emploi de produits nouveaux, et dans la combinaison des divers éléments dont il tire son originalité professionnelle et sa réputation.

Le contrôle des prix

Le problème des prix est fonction de la concurrence, de la qualité, de la richesse de présentation, de l'emplacement de la maison dans la ville, de la cité elle-même où le métier est exercé.

Les produits de la pâtisserie sont périssables; ils ne sont pas indispensables dans l'alimentation de l'homme. Ils ne peuvent donc pas faire l'objet de hausse illicite ou d'ententes pour des prix forts.

Le souci de la Corporation a toujours été de maintenir la qualité contre des prix dont le fléchissement était la tendance générale. Il convient donc d'établir des barèmes de prix minima au-dessous desquels la production de la pâtisserie-confiserie ne pourrait plus être loyale, et assurer le « juste salaire » dû à la main-d'œuvre.

Les rapports avec les fournisseurs

Pour parfaire ces mesures, les rapports que la Corporation devra avoir avec ses fournisseurs : les raffineries de sucre dont le produit est l'élément principal du métier, les minoteries, les producteurs laitiers et agricoles, les négociants en fruits secs, les distillateurs de parfums, les fabricants de liqueurs, etc., et les industries connexes — confiserie, biscuiterie, confiture, chocolaterie — devront être dictés par la même volonté d'un commerce sérieux : poids et mesures conforme au système métrique, poids nets, garantie de la qualité, normes de présentation, etc...

Les rapports avec les industries connexes

La confiture, la biscuiterie, la confiserie sont des industries nées de la technique du métier de pâtissier-confiseur et de la valeur que surent lui donner des maîtres au souvenir de qui il nous plaît de rendre un pieux hommage.

Les rapports de la Corporation avec les industries seront basés sur le respect de la propriété du métier acquise aux ouvriers par le savoir, et sur le respect des situations financières acquises tels qu'elles sont définies dans le titre 1^{er} de la présente Charte.

Ces relations devront permettre tous accords contractuels destinés :

- 1° à assurer une répartition équitable des matières premières;
- 2° à établir les normes de qualité et de prix des produits mis à la disposition du commerce de la pâtisserie-confiserie;
- 3° à atténuer dans la mesure du possible le chômage d'une main-d'œuvre qualifiée;
- 4° à résoudre enfin, en harmonie, les problèmes que peut poser l'exercice du même art, sous deux angles : artisanal et industriel.

Les rapports avec l'Etat

Les services de la Corporation apporteront à l'Etat leur concours le plus dévoué pour gérer et étendre les mesures sociales en faveur des infortunés, quelle que soit leur classe; sélectionner et répartir les matières premières; surveiller la qualité des produits finis; et pénaliser, s'il convient, les délinquants qui, par leur action, peuvent nuire aux intérêts corporatifs et sociaux.

BIBLIOGRAPHIE

- BARRET - La politique des prix imposés. (Thèse Lyon, 1935).
- BONNARD - Précis de Droit administratif (3^e Edition; 1940).
- BERTHELEMY - Traité de Droit administratif. (Paris, 1933).
- EAUDIN - L'économie dirigée à la lumière de l'expérience américaine. (Paris, 1941).
Le corporatisme. (Paris, 1941).
Le mécanisme des prix. (Paris, 1940).
- EORDAZ - Essais sur quelques interventions en matière de crise. (Paris, 1938).
- BRY - La propriété industrielle, littéraire, artistique. (Paris, édition 1914).
- CARLES - La vente commerciale. (Thèse Bordeaux, 1939).
- CHAYROU (Intendant Gal.) - De l'art d'acheter à l'art d'agir. (Paris, 1926).
- CLERGET - Manuel d'économie commerciale. (Paris, 1925).
- CHAVAGNON - Essai sur la notion et le régime juridique du service public, industriel et commercial. (Thèse Bordeaux, 1939).
- DAMADE - Le Mouvement de réorganisation industrielle en Gde-Bretagne. (Thèse Bordeaux, 1937).
- DECHESNE - Le capitalisme, la libre concurrence et l'économie dirigée. (Paris, 1934).
- DAUPHIN - Quelques aspects de l'économie dirigée en agriculture dans l'Eure et l'Eure-et-Loire. (Thèse Paris, 1941).
- ELVINGER - La Marque, son lancement, sa vente, sa publicité. (Paris, 1919).
- ESCARRA - Principes de Droit commercial. (Paris, 1934).
- FOURIER - Œuvres choisies.
- GAFFET - La clause de revente à prix imposés. (Thèse Paris, 1937).
- GIDE - Retour de l'U.R.S.S. (Paris, 1936).
- GODINOT - La concurrence déloyale ou illicite. (Thèse Nancy, 1932).
- GUIBERT - Les tendances modernes de la concurrence et le commerce de détail. (Thèse Paris, 1931).
- GUYOT - Le Commerce et les commerçants. (Paris, 1909).
- GRUNIG - Le circuit économique. (Paris, 1937).
- HOORNAERT - La politique des prix imposés. (Bruxelles, 1939).

JOLLY - La mystique du corporatisme. (Paris, 1935).

JOSSERAND - De l'esprit des Droits et de leur relativité. (Paris, 1927).

JOUAS - Les ventes au rabais dans le commerce de détail. (Thèse Paris, 1934).

LANDOUSY - La liberté du commerce et de l'industrie et la police locale. (Thèse Paris, 1934).

LACOUR-GAYET - Un essai d'économie orientée. (Paris, 1939).

LAUFENBURGER - L'intervention de l'Etat en matière économique. (Paris, 1938).

LAVERGNE - La primauté du consommateur. (Paris, 1936).

LESCURE - Le nouveau régime corporatif italien. (Paris, 1934).

Etude sociale comparée des régimes de liberté et des régimes autoritaires. (Paris, 1939).

LYON-CAEN et RENAULT - Traité de Droit commercial. (Paris, 1921).

MALABART - La vente des articles de marque à prix imposés. (Thèse Paris, 1935).

MARTIN et MARTENOT - La côte d'Or, étude d'économie rurale. (Paris, 1909).

MADANI-LAMÉ - Les fondements de l'économie dirigée et ses applications pratiques. (Thèse Grenoble, 1936).

MOREAU-NERET - Le contrôle des prix en France. (Paris, 1941).

MENEAULT - Vers un ordre nouveau. (Paris, 1937).

MOREL - L'économie dirigée en viticulture. (Thèse Paris, 1939).

MOSSÉ - Les Régies municipales et la Jurisprudence. (Paris, 1930).

NOYELLE - Utopie libérale, chimère socialiste, économie dirigée. (Paris, 1933).
Les divers modes d'économie dirigée. (Paris, 1938).

OLIVIER-MARTIN - L'organisation corporative de la France de l'Ancien Régime. (Paris, 1938).

PERREAU - Cours d'Economie politique. (Paris, 1931).

PICARD - Formes et méthodes nouvelles des entreprises commerciales. (Paris, 1936).

PIROU (G.) - Néo-libéralisme, néo-corporatisme, néo-socialisme. (Paris, 1939).
Essais sur le corporatisme. (Paris, 1938).
Le Corporatisme. (Paris, 1935).

ROUGIER - Les mystiques économiques. (Paris, 1938).

SELIGNAN - Etude économique de la vente à tempérament. (Paris, 1930).

TETREAU - Les entreprises économiques des communes. (Thèse Paris, 1935).

THALLER - Traité élémentaire de droit commercial. (Paris, 1931).

TRAVAUX du Congrès des Economistes de langue française. (Paris, 1938).

TRUCHY - Cours d'Economie politique. (Paris, 1929). — Cours d'Economie politique. (Paris, 4^e éd., 1936).

JOURNAUX ET REVUES

La vie industrielle.

La France alimentaire.

Le Pâtissier français.

Le Bulletin des Halles.

Bulletin du Syndicat national des vins en gros.

Questions prud'hommales, fiscales et commerciales.

Collection du Droit social.

Revue d'Economie politique.

Table des Matières

PAGES

INTRODUCTION	7
------------------------	---

PREMIÈRE PARTIE

La Liberté Commerciale

CHAPITRE I. — <i>Le Principe</i>	13
CHAPITRE II. — <i>La concurrence</i>	26
Section I. — La concurrence : ses bienfaits - ses méfaits.	27
Section II. — Analyse des éléments pratiques de la concurrence . . .	33
Section III. — La libre concurrence	39
CHAPITRE III. — <i>Quelques méthodes de vente</i>	48
Section I. — Ventes au comptant et à crédit	49
Section II. — Ventes au rabais.	52
Section III. — Ventes avec primes.	58
Section IV. — Ventes à prix imposés	64

DEUXIÈME PARTIE

La Réglementation

CHAPITRE I. — <i>L'interventionnisme en matière d'alimentation</i>	86
Section I. — Pouvoirs de taxation et de réglementation des prix . . .	86
Section II. — Les régies municipales	98

CHAPITRE II. — <i>La période de Guerre.</i>	111
Section I. — Les pouvoirs exceptionnels du Gouvernement	112
Section II. — Les prix en temps de guerre.	115
Section III. — La création de nouveaux commerces	129
Section IV. — Réglementations exceptionnelles de la période de guerre	134
1°) Les mesures de rationnement.	134
2°) Réglementations spéciales à certains commerces d'alimentation	139
a) Boucheries.	139
b) Restaurants	140
c) Boulangeries - Pâtisseries	141
3°) Réglementations communes à plusieurs commerces d'alimentation	142
CHAPITRE III. — <i>Les tendances actuelles - Economie dirigée</i>	
<i>Corporatisme.</i>	145
Section I. — L'organisation professionnelle.	147
Section II. — La Charte du Travail	150
Section III. — Le corporatisme	155
Section IV. — Le corporatisme dans la pratique.	160
L'organisation française.	162
1°) Pâtisserie	166
2°) Boulangerie	173
CONCLUSION	181
ANNEXE - Projet de Charte Corporative du métier de Pâtissier-Confiseur	187
BIBLIOGRAPHIE	193

IMPRIMERIE
DU COMPTOIR ARMORICAIN
MORLAIX
